

REALTÁ MAPEI

Bimestrale di attualità, tecnica e cultura



Rintocchi "recuperati"

Il marchio si rinnova

Allarme prezzi

Mapeflex PU21

Speciale 78° Giro d'Italia

DIRETTORE RESPONSABILE
Adriana Spazzoli

REDAZIONE
Rosanna Brambilla

SEGRETERIA DI REDAZIONE
Anna Calcaterra
Carla Fini

PROGETTO GRAFICO IMPAGINAZIONE
Magazine - Milano

FOTOLITO
Overscan

STAMPA
Arti Grafiche Beta

DIREZIONE E REDAZIONE
Via Cafiero, 22
20158 Milano
tel. 02-37673.210
fax 02.37673.214

EDITORE
Mapei S.p.A.

Foto grande di copertina:
Collage di alcune campagne pubblicitarie sulle quali è comparso il marchio Mapei nelle diverse forme grafiche (articolo a pag.13).

RIVISTA BIMESTRALE
Registrazione
del Tribunale di Milano
n. 363 del 20.5.1991

Hanno collaborato a questo numero con testi, foto e notizie:
Paolo Alberti, Paolo Anderlini, Roberto Bettini, Alessandro Brambilla, Giuseppe Cavagna, Renato Cucchiari, Sergio Mammi, Max Mandel, Nicola Sbrana, Emanuele Sirotti, Francesco Stronati

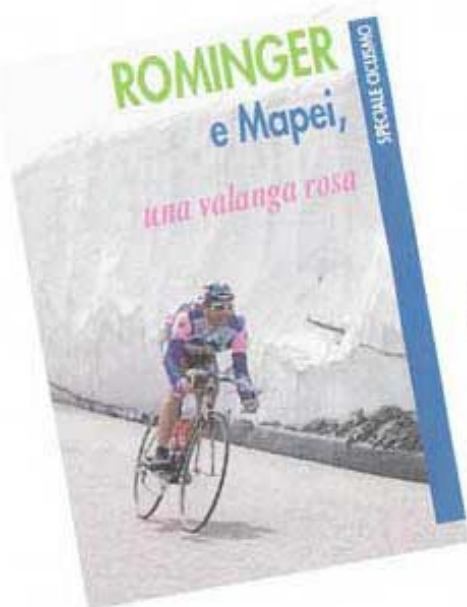
NOTIZIA DELL'ULTIMO MOMENTO!

Record dei record

29.6.'95, una data storica nella vita della Mapei: per la prima volta sono state superate le 3.000 tonnellate di prodotto spedite in un giorno dagli stabilimenti di Robbiano di Mediglia e Latina. Grazie a tutti i nostri clienti e un augurio di continuare così l'attività dopo le ferie estive. **Buone vacanze!**



All'interno di Realtà Mapei troverete la tessera magnetica che permette l'ingresso gratuito senza code alla prossima edizione del Saie (Bologna, 18-22 ottobre) inserita nel programma del convegno che abbiamo organizzato sul calcestruzzo e al quale Vi invitiamo a partecipare.



Il 78° Giro d'Italia è raccontato tappa per tappa con tutte le curiosità nello speciale allegato a questo numero.



2 **Referenze:** Una "sapiente" pavimentazione

6 Un condominio rimesso a nuovo

9 **Cantieri storici:** Nuovi rintocchi per un campanile

13 **Gioco di squadra:** Il marchio, veicolo d'identità

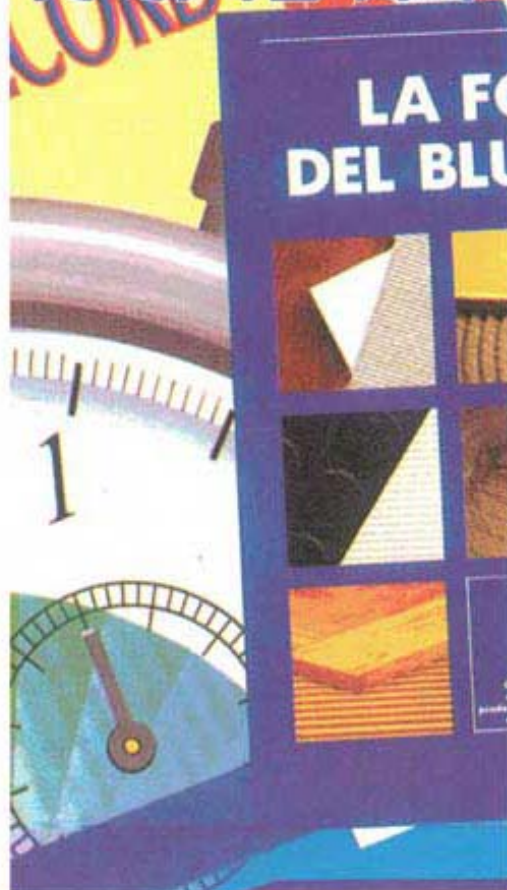
16 **Fiere:** Saiedue, Cevisama, Construmat, Construma

20 **Attualità:** I rivenditori produttori di servizi

24 Allarme prezzi

25 Intervista a Benito Benedini, Presidente di Federchimica

REALTÀ MAPEI



27 **Distribuzione:** Il futuro della distribuzione. Intervista a Giuseppe Vantusso, Presidente di Federcomated

30 **L'impegno nello sport:** MAPEI GB, primavera esplosiva

36 **Il parere dell'esperto:** I limiti della posa tradizionale

37 **Formazione:** Professionisti a convegno

38 **Prodotti in evidenza:** Mapeflex PU21

39 **Recensioni**

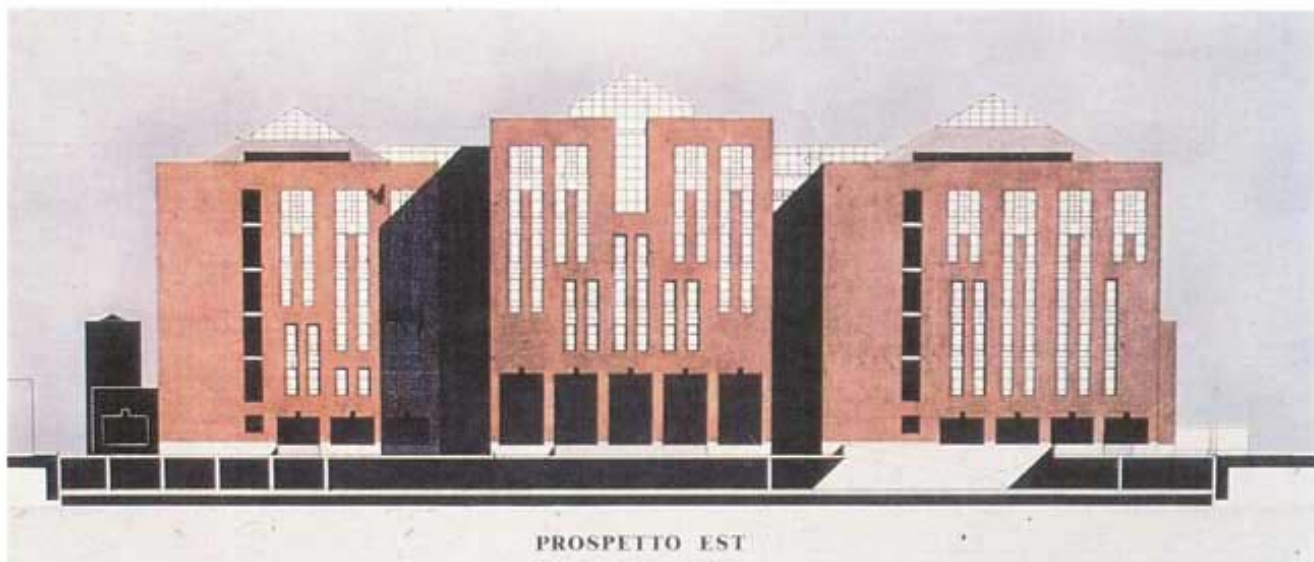
40 **Curiosità:** Comunicazione tridimensionale

UNA "SAPIENTE" PAVIMENTAZIONE



La ceramica come elemento dominante nella nuova università progettata per riqualificare la periferia.

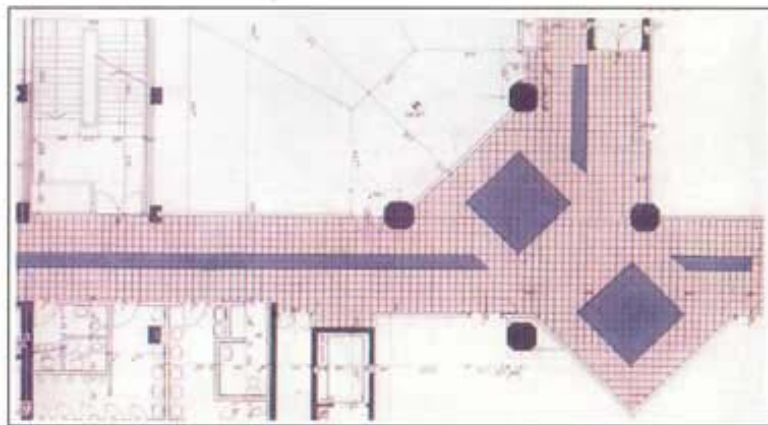
a cura di Francesco Stronati, foto di Max Mandel



PROSPETTO EST

La nuova sede dell'Istituto Universitario di Lingue Moderne e Relazioni Pubbliche, I.U.L.M., di Milano, sorge nel quartiere Barona-Ronchetto, sul Naviglio, nella zona sud della città. Zona non più periferica almeno in senso spazio temporale: infatti con la metropolitana la si può raggiungere in pochi minuti da qualsiasi parte della città. Ma della periferia conserva ancora alcune peculiarità come carenza di servizi sociali e aree industriali dismesse o di campagna. E' dunque una zona in parte trascurata che, perduto l'originario carattere agricolo, non ha ancora trovato una nuova definizione metropolitana. Quest'area attende dai nuovi progetti pianificati una più generale riqualificazione. Per ora, per la sua valorizzazione, può contare solo su questo nuovo intervento. Il progetto nasce quindi dalla necessità non solo di una struttura didattica e strumentale adeguata per i corsi di Laurea in Lingue Moderne e in Relazioni Pubbliche ma anche come tentativo di riqualificare tutta la zona. All' Ing. Roberto Guiducci e all' Arch. Lorenzo Guiducci è stato dato l'incarico di sviluppare l'intero progetto fino agli arredi. Progetto sviluppato con la collaborazione di numerosi professionisti

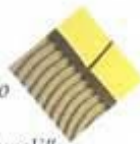
tra cui il Geom. Renzo Pinamonti che l'ha seguito fino dalle prime fasi. Il nuovo edificio dello IULM si pone come elemento generatore di nuove funzioni

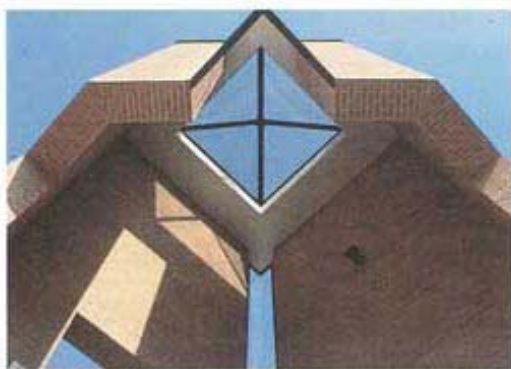


urbane in un'area in via di trasformazione dove il Comune del capoluogo lombardo, stimolato dalla presenza del nuovo complesso universitario, ha previsto la ripianificazione dell'area compresa tra il Naviglio Grande e il Naviglio Pavese, ipotizzando un indotto commerciale, servizi sociali e centri culturali.

Il progetto dello IULM nasce dalla necessità di dare una nuova struttura di studio alla città e come tentativo di riqualificazione di tutta la zona

Le schede tecniche dei prodotti citati in questo articolo sono contenute nel raccogliatore Mapei numero 1 "Prodotti per la posa della ceramica e delle pietre naturali"





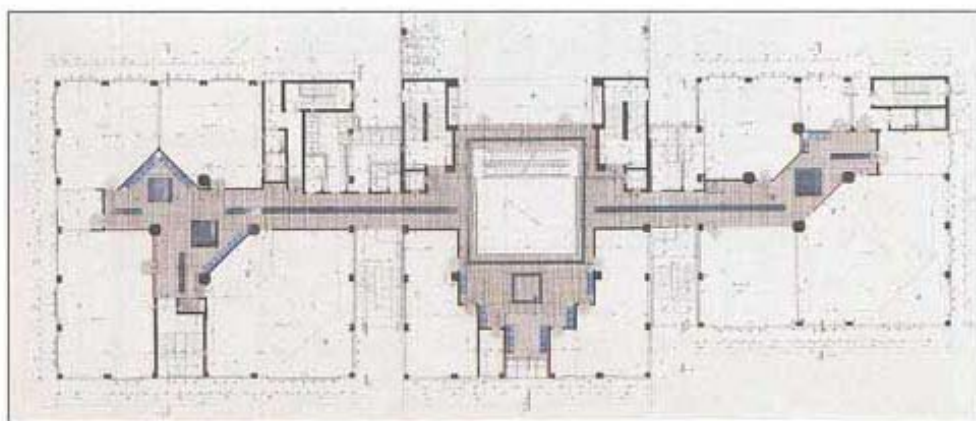
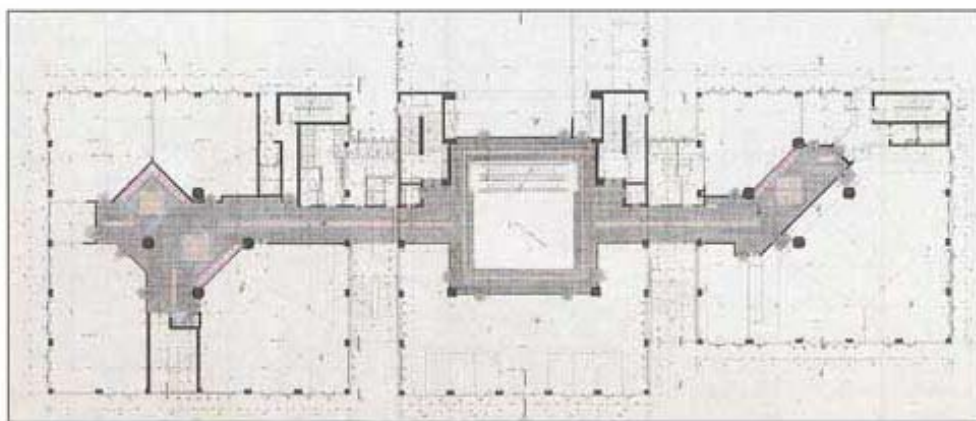
In alto, dettaglio architettonico di copertura

Il progetto è stato realizzato in tempo record fra il 1991 e il 1993 ed è stato inaugurato ufficialmente nel 1994.

Nuovi ambienti non solo per studiare

L'edificio in pianta è composto da un corpo centrale per i servizi generali e da due corpi laterali per le aule normali e speciali di due indirizzi di studio. Nel corpo centrale hanno così trovato posto, salendo dal basso all'alto, l'atrio che dà da un lato sulla segreteria e dall'altro su banca, bar, libreria. Sempre al centro del piano terra si apre un giardino d'inverno. Sono inoltre state previste scale mobili per consentire flussi rapidi. Sullo sfondo, attraverso la scenografica visione del giardino, c'è la biblioteca che si sviluppa su tre piani. Gli spazi centrali dei diversi piani sono destinati per la massima parte a docenti, lettori e ricercatori e, per una parte

Sotto, il progetto è caratterizzato dall'uso di piastrelle in grès porcellanato opaco e lucido in due versioni di colore, grigio e rosa, impiegato in modo alternato nei diversi piani



minore, agli uffici amministrativi ed esecutivi. Infine, all'ultimo piano, sono distribuiti vari servizi: Rettorato, Presidenze dei corsi di laurea, Direzione Amministrativa e Organizzativa, Sala tesi di laurea e un Faculty club con bar per ricevere gli ospiti che intervengono per lezioni speciali e congressi. Ai due lati dell'ultimo piano si accede attraverso passaggi vetrati collegati a due mansarde, con giardini pensili per mostre ed esposizioni e meeting. Nei due corpi laterali complessivamente sono poste 48 aule, per un totale di 2860 posti. Nel sotterraneo dell'edificio centrale è collocata l'Aula Magna con 525 posti e 5 cabine per traduzioni simultanee. Il resto del sotterraneo è destinato a garage. Il piazzale antistante tutto il complesso è concepito a piazza con inserimento geometrico di alberi e di due fontane ed è "abbracciato" da due corpi bassi con porticato che terminano con piccole torri. Il lay-out riprende la tradizione milanese degli edifici di tipo conventuale in mattoni con portici e chiostri, senza però rinunciare al segno distintivo, all'eloquenza monumentale di specchi d'acqua e di fonti in pietra botticino e mosaico scenograficamente disposti sulla piazza antistante la facciata principale. Facciata realizzata in mattoni rosati fatti a mano e segnata da lunghe e sottili finestrate che riducono al minimo indispensabile il passaggio di luce e la vista del paesaggio. Sotto i suoi porticati ci sono bar, luoghi d'incontro, una libreria e sale-conferenza disponibili anche per i non iscritti. Lo IULM dovrà essere infatti, negli intenti dei progettisti, una struttura flessibile, aperta agli abitanti della zona. Questo ambizioso progetto potrebbe sollecitare l'insediamento di strutture ricettive residenziali che possano, in futuro, ospitare coloro che svolgono un'attività all'interno dell'Università e offrire quindi tutti i servizi necessari.

Adesivi diversi per prestazioni diverse

L'impresa Galmarini di Milano ha realizzato l'intera pavimentazione dell'edificio scegliendo in

totale sintonia con i progettisti i materiali di rivestimento e, per la posa, i prodotti Mapei, già usati da entrambi in molte occasioni. La superficie interessata dal rivestimento è di circa 12.000 mq più i 150 mq per le fontane esterne. Escluse da tale rivestimento sono solo l'area adibita ai garage e quella a parquet di alcune sale.

piastrelle di grès fine porcellanato antisdrucchiolo mentre le stesse piastrelle di grès fine porcellanato a superficie opaca sono state messe in tutti i locali dei piani dal primo al quinto esclusi i servizi igienici; completa il progetto il pavimento di grès porcellanato, a superficie lucida al piano terra posato

Sotto, sottofondo e posa della pavimentazione esterna



A fianco e sotto, alcuni ambienti finiti e caratterizzati dall'uso della ceramica

Complessivamente sono stati posati oltre 12.000 mq di pavimenti interni e 150 mq di rivestimento delle fontane esterne che hanno richiesto l'uso di adesivi diversi a seconda della destinazione e dell'ubicazione degli ambienti

Afferma l'Arch. Lorenzo Guiducci: "Occorreva scegliere un materiale resistente, non facile all'usura, in previsione di una sollecitazione costante da parte dei numerosi iscritti che giornalmente frequentano l'Università". La ristrettezza dei tempi per realizzare un'opera così complessa ha richiesto una ottimizzazione di tutte le fasi dei lavori. Per la pavimentazione è stato deciso, da capitolato, di attenersi all'utilizzo di piastrelle in grès rosso per i locali di servizio (caldaie, pompe ecc.) posate in modo tradizionale. Per i bagni di tutti i piani è stata scelta una monocottura smaltata posata con KERABOND (adesivo in polvere per piastrelle ceramiche). In tutti i locali del piano terra e al sesto piano dei corpi laterali (esclusi i servizi e i vani scala) sono state usate



nella biblioteca e in tutti i locali adiacenti. "La scelta - spiegano allo Studio Guiducci - è caduta su un tipo di grès della Cooperativa Ceramica di Imola di formato 30x30, scelto in due versioni di colore grigio e rosa di finitura opaca e lucida, usato in modo alternato nei diversi piani. Se ad un piano la superficie



Kerabond



Kerafloor

A fianco, particolare di una pavimentazione interna



Sopra, per la posa del mosaico della fontana è stato usato un sistema di posa impermeabile



Kerabond+Isolastic

ha il fondo grigio, il disegno è rosa, per contrasto il piano successivo ha questo motivo alternato. La visione dai ballatoi risulta così più suggestiva".

Per la posa della maggior parte della superficie, se si escludono i servizi e le fontane, è stato usato KERAFLOOR (adesivo in polvere per pavimenti ceramici interni ed esterni, applicabile in spessori da 3 a 15 mm). Questo prodotto si usa specie quando si debbono recuperare differenze di quota senza effettuare una rasatura. Le piastrelle poi non sono state posate con fughe ma accostate, mentre sono stati utilizzati giunti di dilatazione in pvc prefiniti. "Anche per lo IULM" - è Giorgio Galmarini dell'impresa omonima che parla - abbiamo preferito usare il prodotto Mapei per l'estrema affidabilità garantita. Da anni e sempre in

committenze importanti e di prestigio, la nostra scelta ricade su materiali di qualità indiscutibile di cui ormai conosciamo quasi ogni aspetto di applicabilità. Per le fontane esterne, ad esempio, i progettisti hanno deciso di usare le piccole piastrelle (2,5x2,5 cm) in mosaico di Floor Gres, da noi posate con KERABOND (adesivo in polvere per piastrelle ceramiche per interni ed esterni) prodotto che resiste al gelo, a cui è stato aggiunto ISOLASTIC, un lattice che miscelato con KERABOND lo rende impermeabile oltre che elastico". ISOLASTIC viene infatti usato ogni qualvolta si prevedono sollecitazioni termiche tali da richiedere una maggiore elasticità per assorbire eventuali movimenti strutturali, o dovuti a sbalzi di temperatura, come può accadere appunto con le fontane.

I tempi di realizzazione relativamente brevi (febbraio - agosto) sono stati possibili perché si è proceduto sovrapponendo le diverse fasi di intervento. "Un lavoro che nel complesso ha regalato molta soddisfazione - dichiara l'Arch. Guiducci - anche per l'armonia e la qualità complessiva del lavoro di ognuno, per il risultato finale molto apprezzato, oltre che dagli addetti ai lavori, dagli studenti, veri utilizzatori finali della struttura".

SCHEDA TECNICA

Cantiere: I.U.L.M. Istituto Universitario di Lingue Moderne, Via Filippo da Liscate, Milano

Anno di esecuzione: 1991-1993

Tempi di realizzazione per la posa: febbraio-agosto 1993

Progettisti: Ing. Roberto Guiducci,
Arch. Lorenzo Guiducci,
Geom. Renzo Pinamonti

Impresa costruttrice: Cogeuro, Milano

Impresa di posa: Galmarini, Milano

Superficie totale di rivestimento: 12.150 mq

Rivestimenti: grès porcellanato di Cooperativa Ceramica d'Imola, mosaico di Floor Gres; monocottura smaltata e grès rosso

Prodotti per la posa: KERABOND,
KERAFLOOR, KERABOND+ISOLASTIC

UN CONDOMINIO RIMESSO A NUOVO

Le travi a vista microfessurate sono state ripristinate mantenendo l'originaria bocciardatura.

a cura di Francesco Stronati, foto di Renato Cucchiarini e Paolo Anderlini

In una zona residenziale della città di Perugia, ai margini del centro storico, è stato costruito su progetto dell'Ing. Mario Serra negli anni '72/'73 un elegante complesso residenziale, alto nove piani a pianta piuttosto articolata. La struttura dell'edificio posto in via Quieta 6/D-E-F è in cemento armato con sole travi in vista bocciardate e con le tamponature realizzate con pannelli prefabbricati in calcestruzzo con inerti basaltici pigmentati di color rosso. Proprio le travi, che costituiscono gli elementi architettonici di rilievo, per prime hanno rivelato un deterioramento che ha reso necessario un intervento di ripristino.

Microfessurazioni: inizio del degrado

Consistenti ed estese microfessurazioni ne hanno compromesso la durata: infatti a soli vent'anni dalla costruzione, il calcestruzzo, di mediocre qualità, ha permesso una lenta ma inesorabile penetrazione dell'anidride carbonica presente nell'atmosfera, con conseguente corrosione dei ferri di armatura causando

l'espulsione del sottile strato del copriferro. E' ormai noto che calcestruzzi confezionati con elevati rapporti acqua/cemento risultano essere estremamente permeabili, oltre che all'acqua ed agli agenti aggressivi in essa disciolti, anche ai gas aggressivi dell'atmosfera. In particolare proprio l'anidride carbonica dell'aria, pur non esercitando alcuna azione degradante nei confronti del calcestruzzo, neutralizza la calce contenuta all'interno dei normali conglomerati cementizi, provocando un

FOTO 1



FOTO 2



FOTO 3



abbassamento della "basicità" del calcestruzzo. Questo dà origine ad un ambiente non più protettivo per le barre dell'armatura. Pertanto, in presenza di umidità e ossigeno, si innesca un fenomeno corrosivo tramite il quale si assiste alla trasformazione del metallo in ruggine. Come riconoscere il fenomeno?

Le schede tecniche dei prodotti citati in questo articolo sono contenute nel raccoglitore Mapei numero 3 "Prodotti per l'edilizia"



Foto 1
Prospetto dell'edificio durante le fasi del ripristino

Foto 2-3
Degrado di alcuni elementi in cemento armato. L'azione dell'anidride carbonica ha provocato la corrosione delle barre di armatura con conseguente rottura del copriferro esterno

Foto 4-5

Trattamento con MAPEFER dei ferri di armatura ossidati. MAPEFER, applicato a pennello sulle barre di armatura precedentemente pulite fino a metallo bianco, permette di realizzare una loro perfetta e durevole passivazione



FOTO 4



FOTO 5



FOTO 6



Foto 6-7

Particolare delle fioriere prima dell'intervento e aspetto finale dopo il ripristino e la tinteggiatura finale con ELASTOCOLOR



Mapefer



Mapegrout Rapido

FOTO 7



La manifestazione più evidente è la fessurazione o, nei casi più gravi, l'espulsione del copriferro. Tale inconveniente è dovuto all'aumento di volume delle barre di armatura causato dalla trasformazione in ruggine del metallo di cui sono composte.

Metodi di intervento

Dopo aver verificato l'avanzato stato di degrado, il ripristino è stato affidato all'impresa Manteditil di Montebello in provincia di Perugia con la direzione dei lavori dell'Ing. Paolo Anderlini. Il responsabile tecnico del cantiere è stato Manlio Sbicca; il Geom. Renato Cucchiari, funzionario Mapei, ha seguito le diverse fasi dei lavori fornendo l'opportuna assistenza tecnica. Il ripristino del cls degradato ha riguardato una superficie complessiva di 430 mq con applicazione finale di una verniciatura protettiva anche nelle parti di cls non degradate; pertanto la superficie complessiva che ha riguardato l'applicazione dei prodotti Mapei è di circa 2.500 mq.

Tempi e fasi del ripristino

I lavori hanno avuto inizio il 15 marzo del 1993 e si sono conclusi il 30 settembre dello stesso anno. Ma veniamo alle fasi che hanno caratterizzato i lavori.

Il ciclo del ripristino comprende:

1° fase: asportazione (2 cm di media) del calcestruzzo ammalorato fino ad arrivare al sottofondo sano ed adeguatamente irruvidito; in questo modo si è eliminato tutto il materiale in fase di distacco e contemporaneamente si è preparato il sottofondo per una buona adesione dei prodotti di ripristino.

2° fase: pulizia mediante spazzola metallica delle armature fino a metallo bianco in modo da eliminare completamente la ruggine.

3° fase: applicazione di due mani a pennello di MAPEFER (malta cementizia anticorrosiva bicomponente per la protezione dei ferri di armatura nell'intervento di risanamento del calcestruzzo). Come agisce MAPEFER? L'azione anticorrosiva si esplica in questo modo: la sua elevata alcalinità è in grado di creare un ambiente idoneo per la perfetta passivazione dell'armatura; la sua impermeabilità all'acqua ed ai gas aggressivi presenti nell'atmosfera e la presenza di inibitori di corrosione ne consentono una protezione durevole.

4° fase: ricostruzione delle sezioni degradate mediante l'applicazione di MAPEGROUT RAPIDO (malta a ritiro controllato fibrorinforzata a presa ed indurimento rapido per il risanamento del calcestruzzo). MAPEGROUT RAPIDO già a tre ore dall'applicazione

possiede una notevole resistenza meccanica e, ad indurimento finale avvenuto, si mostra estremamente impermeabile sia all'acqua che ai gas aggressivi dell'atmosfera.

Queste caratteristiche hanno permesso di intervenire in tempi brevi con ottime garanzie anche per la durevolezza futura delle strutture. Per rispettare il progetto originale dell'edificio nelle zone bocciardate MAPEGROUT RAPIDO è

FOTO 8



FOTO 9



stato solo rifinito con frattazzo. Tale accorgimento ha permesso di ottenere una finitura finale simile a quella preesistente.

5° fase: Nelle parti dell'edificio originariamente non bocciardate dopo aver applicato MAPEGROUT RAPIDO si è proceduto, al fine di ottenere un grado di finitura superiore e regolarizzare le imperfezioni del vecchio calcestruzzo, all'applicazione di MAPEFINISH, malta cementizia bicomponente per la finitura del calcestruzzo.

6° ed ultima fase: dopo un periodo di stagionatura di almeno tre giorni per MAPEGROUT RAPIDO e di almeno 7 giorni per MAPEFINISH, tutte le superfici di cemento armato dell'edificio sono state trattate con ELASTOCOLOR (vernice elastica protettiva e decorativa a base di resine acriliche in dispersione acquosa). ELASTOCOLOR è usato per proteggere facciate realizzate in cemento armato ed intonaci dalle aggressioni chimiche provenienti dall'atmosfera. Inoltre per le sue caratteristiche esso può

FOTO 10



FOTO 11



Foto 8-9
Situazione prima dell'intervento di ripristino della parte superiore del vano ascensore e situazione finale dopo il ripristino con MAPEFER, MAPEGROUT RAPIDO, MAPEFINISH e la verniciatura con ELASTOCOLOR

essere applicato su intonaci e calcestruzzi con fessure capillari anche diffuse di ampiezza non superiore a 0,2 mm. Dopo il completo asciugamento, ELASTOCOLOR forma un rivestimento elastico, permeabile al vapore, ma impermeabile all'acqua e agli agenti chimici presenti nell'atmosfera, pertanto durevole ed estremamente protettivo.

Foto 10-11
Aspetto finale di una porzione e del prospetto di facciata dopo le operazioni di ripristino con MAPEFER, MAPEGROUT RAPIDO, MAPEFINISH e la fase di tinteggiatura finale con ELASTOCOLOR

SCHEDA TECNICA

Cantiere: Edificio residenziale,
Via Quieta 6/D-E-F, Perugia

Anno di costruzione: 1972-1973

Esecuzione degli interventi di manutenzione:
dal 15-3-1993 al 30-9-1993

Impresa esecutrice: Manteditil, Montebello (PG)

Progettista e direttore lavori:
Ing. Paolo Anderlini

Responsabile tecnico di cantiere:
Sig. Manlio Sbicca

Prodotti per la posa: MAPEFER, MAPEGROUT RAPIDO, MAPEFINISH, ELASTOCOLOR



Mapefinish



Elastocolor

CANTIERI
STORICI

NUOVI RINTOCCHI PER UN CAMPANILE

FOTO 1

Vista del campanile prima dell'intervento di recupero reso necessario a causa del degrado provocato dal tempo, dall'inquinamento atmosferico e dalla vicinanza del mare

FOTO 1



In Piazza Grande, a Livorno, la chiesa di S. Giulia, patrono della città, costituisce un bell'esempio di architettura secentesca. Purtroppo il tempo ha segnato in modo consistente sia il suo campanile che l'intero edificio.

La Storia concausa di degrado

Nel 1514 S. Giulia diviene patrono della città. Successivamente, nei primi del '600, la Confraternita del SS Sacramento, già presente sin dal 1300, acquista l'appezzamento del terreno per la realizzazione della chiesa di S. Giulia, che sarà completata intorno al 1606. Nei primi anni del 1800, si ha la separazione della diocesi Livornese da quella Pisana e la chiesa resta definitivamente da allora nella diocesi Livornese. Nel corso della seconda guerra mondiale si verificano danni rilevanti alla chiesa, dovuti ai bombardamenti nella zona circostante della città. Intorno agli anni '50/'60 il Genio Civile di Livorno provvede al restauro della stessa. Però non è solo a causa dei danni bellici o

Una struttura del '600 è ritornata al suo splendore dopo un attento ripristino.

a cura di Nicola Sbrana

degli anni trascorsi che si è prodotto il degrado; la vicinanza al mare, la presenza di sostanze atmosferiche inquinanti e soprattutto l'azione dei cloruri, che piano piano inesorabilmente hanno disgregato l'intonaco e sono penetrati in profondità, hanno causato danni sui quali si è dovuto intervenire. Infatti all'interno come all'esterno erano presenti annerimenti dovuti all'inquinamento.

Un intervento coordinato

L'ing. Roberto Cappalli ha curato l'intervento conservativo e di consolidamento coordinando l'impresa Perugino di Livorno, già specializzata in recuperi di questo tipo. Il rivenditore al quale si sono rivolti è stato la ditta F.lli Lepori di Livorno. Il Geom. Nicola Sbrana, funzionario Mapei, ha seguito le fasi dei lavori sin dalle analisi dei campioni prelevati per essere analizzati dai tecnici dei laboratori Mapei. Il Committente ha voluto intervenire prima di tutto sul campanile che presentava evidenti segni di deterioramento e la totale compromissione degli spigoli della struttura, rimandando gli interventi di recupero della chiesa ad un tempo successivo. Strutturalmente l'opera è composta da muratura portante di tipo misto, con pietre di varia natura e laterizio. L'analisi del prelievo che prelude alla fase di diagnosi del danno subito dalle parti da rimuovere consente di mirare maggiormente il tipo di intervento.

CANTIERI STORICI

Foto 2
Trattamento dei tiranti con MAPEFER. La sua elevata alcalinità e l'impermeabilità all'acqua e ai gas aggressivi atmosferici, garantiscono una perfetta e durevole passivazione dei tiranti metallici. Ciò evita la formazione di ruggine, e quindi previene fessurazioni nell'intonaco



FOTO 3



Grafico A
Spettro infrarosso di un campione di intonaco esterno degradato; l'analisi di questi dati permette di conoscere la sua composizione chimica

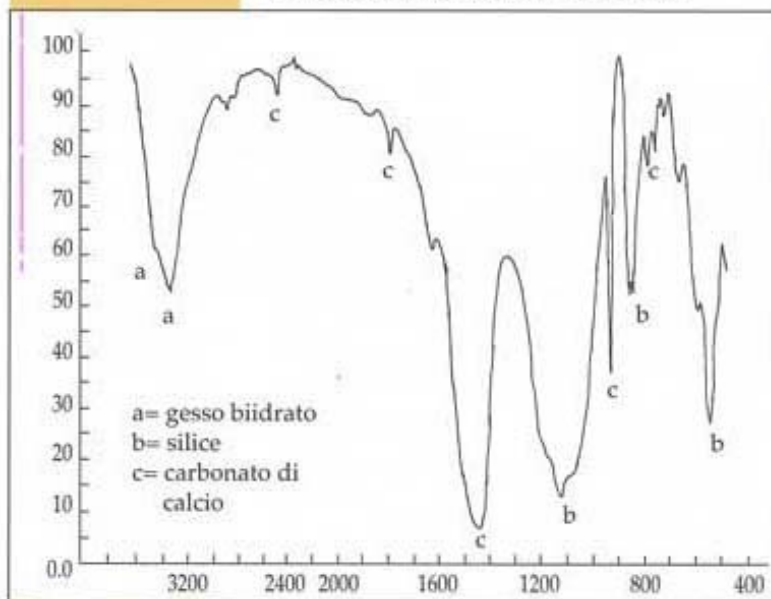
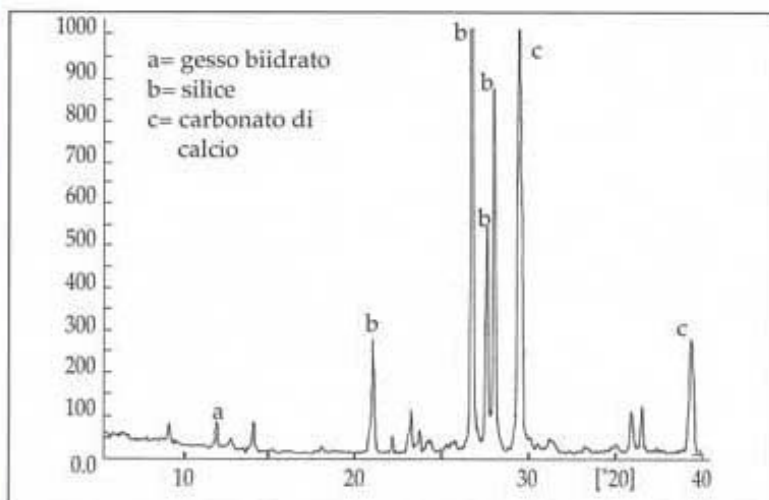


Grafico B
Spettro diffrattografico di un campione di intonaco esterno degradato. Questa analisi permette di individuare più dettagliatamente la composizione chimica del campione. Dai due grafici si nota che la malta è composta con inerte siliceo e la presenza di carbonato di calcio indica che il legante utilizzato è costituito da calce. Le tracce di gesso indicano che è in atto un degrado a causa di un attacco solfatico



Analisi prima della diagnosi

Nei laboratori Mapei sono state eseguite prove di laboratorio sui campioni di intonaco e di pietra prelevati. Si è proceduto con una analisi termogravimetrica, un'analisi ad infrarossi ed una con diffrattogramma a raggi X da cui fin dall'inizio è stata riscontrata la presenza di cloruri e gesso biidrato e

precisamente:

- 1) nella pietra, che risulta essere una marna calcarea con intrusione silicea, vi sono tracce di gesso biidrato dovute ad un probabile attacco solfatico;
- 2) anche nel legante, che è costituito da calce, risultano tracce di gesso biidrato sempre per probabile attacco solfatico;
- 3) nell'inerte siliceo, oltre a tracce di solfati, è emersa anche la presenza di cloruri nella

Foto 3
La finitura dell'intonaco, eseguito con MAPEANTIQUE MC, è stata realizzata con MAPEANTIQUE FC. Queste malte risultano, per caratteristiche meccaniche e porosità, molto simili alle malte anticamente utilizzate nella costruzione di edifici



FOTO 4

CANTIERI STORICI

FOTO 5



impedisce la formazione di nuova ruggine che potrebbe causare nuovi rigonfiamenti alla superficie intonacata. Con la tecnica del "cuci e scuci", che consiste nel sostituire i mattoni vecchi con parti nuove

FOTO 6



percentuale dello 0,65%, dovuta molto probabilmente ai cloruri presenti nella sabbia o all'inquinamento ambientale come aria ricca di salsedine delle zone costiere.

A seguito di queste analisi sono stati consigliati prodotti che non reagiscono con i solfati ed i cloruri presenti nella muratura come le malte premiscelate e i leganti della linea MAPEANTIQUE.

Le fasi dell'intervento

In primo luogo si è rimosso l'intonaco con martello pneumatico fino alla muratura viva. E' stato necessario anche procedere ad un riconsolidamento, scegliendo materiali idonei e cioè con caratteristiche chimico-fisiche simili a quelle antiche. La seconda fase ha previsto un'accurata pulizia dei vecchi tiranti e un successivo trattamento con due mani di MAPEFER, malta cementizia anticorrosiva bicomponente per la protezione dei ferri di armatura nell'intervento di risanamento del calcestruzzo. Questo procedimento

messe in opera con MAPEANTIQUE MC (malta premiscelata da impastare con acqua a base di leganti e sabbia naturale di colore grigio chiaro che riproduce le malte antiche) usato come malta di allettamento, si sono ricostruiti gli spigoli del campanile. Dopo un'accurata bagnatura a rifiuto del supporto, si è effettuato il rinzaffo o spruzzatura con MAPEANTIQUE MC che è servito anche come trattamento antisale. Infatti i sali che emergono per risalita capillare formano antiestetiche efflorescenze. Tali sali possono essere contenuti o nel terreno o all'interno del mattone stesso e vengono poi sciolti dall'umidità di risalita e trasportati sulla superficie delle pareti del manufatto sotto forma di efflorescenze. Proprio per porre rimedio a questo problema si è usato MAPEANTIQUE MC che permette di realizzare una barriera contro la risalita di questi dannosi sali.

Il riporto dell'intonaco, in spessore variabile da 2-3 cm a 5 cm è stato effettuato usando MAPEANTIQUE MC, fresco su fresco. La rifinitura dell'intera superficie

Foto 4-5-7
Tinteggiatura con pittura a base di calce, come da indicazioni della Soprintendenza di Pisa, dell'intero campanile e trattamento con ANTIPLUVIOL S, impregnante incolore a base di resine silossaniche. Questo prodotto, applicato a pennello su superfici porose di materiali utilizzati normalmente in edilizia, penetra in profondità creando uno strato idrorepellente in grado di respingere l'acqua. Tale applicazione non crea pellicola superficiale e non altera il colore del supporto e la sua permeabilità al vapore. E' dunque efficace per la protezione anche nei confronti dell'acqua piovana

Foto 6
Ricostruzione degli spigoli del campanile con la tecnica del "cuci e scuci" che consiste nel sostituire dei mattoni vecchi con dei nuovi. Si è usato MAPEANTIQUE MC come malta di allettamento

CANTIERI STORICI

Foto 8
Vista del
campanile a lavori
ultimati

FOTO 7



FOTO 8



trattata è stata fatta con MAPEANTIQUE FC (malta premiscelata pronta all'uso, di colore chiaro, a base di legante idraulico speciale e sabbie naturali fini) adatto per la finitura di intonaci con tessitura più grossa. La scelta di questa linea è determinata anche dal fatto che, oltre a resistere all'azione disgregante dei solfati e dei cloruri, questi prodotti si caratterizzano anche per la buona resistenza meccanica, simile a quella dei leganti tradizionali, e per l'elevata permeabilità al vapore.

La fase finale del restauro ha previsto una tinteggiatura con pittura a base di calce come da indicazione della Soprintendenza ai Beni Architettonici di Pisa. Sopra di questa, su tutta la superficie del campanile, si è steso ANTIPLUVIOL S, impregnante idrorepellente incolore, a base di resine silossaniche per murature esterne. ANTIPLUVIOL S impedisce all'acqua battente di essere assorbita ma non altera la permeabilità al vapore.

Il lavoro nel suo complesso è stato possibile in soli tre mesi dall'inizio; i risultati estremamente soddisfacenti e brillanti hanno motivato a proseguire i lavori per l'intera struttura. La Piazza Grande di Livorno per il momento può così contare nuovamente sul suo campanile che ha ritrovato le eleganti fattezze neoclassiche.

SCHEDA TECNICA

Cantiere: Ristrutturazione del campanile della chiesa di S. Giulia, Piazza Grande, Livorno

Anno di costruzione: 1600 circa

Anno dell'intervento di recupero: 1993-1994

Tempo di realizzazione: tre mesi

Impresa esecutrice: Impresa Perugino, Livorno

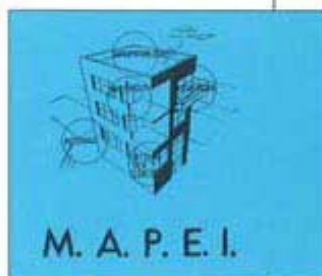
Rivenditore edile: F.lli Lepori, Livorno

Progettista: Ing. Roberto Cappalli, Livorno

Prodotti per il recupero: MAPEFER, MAPEANTIQUE MC, MAPEANTIQUE FC, ANTIPLUVIOL S

Dalla sua ideazione alle sue modifiche fino ad oggi, la storia del marchio Mapei è la testimonianza dell'essenza della società e della sua evoluzione.

IL MARCHIO VEICOLO D'IDENTITÀ



M. A. P. E. I.

In basso, il bozzetto di presentazione del primo marchio realizzato da Bruno Polver tratto dal documento originale redatto personalmente da Rodolfo Squinzi nel 1937

MAPEI (Materiali Ausiliari per Edilizia e Industria) è stata fondata da Rodolfo Squinzi che ne ha tracciato le linee principali nel 1937 in via Cafiero 18. Luogo dove tutt'ora risiede la sede del Gruppo e i Laboratori di Ricerca e Sviluppo. Scopo dell'azienda era quello di produrre pitture, intonaci, prodotti speciali come idrofughi, ignifughi e mastici adesivi per edilizia che venivano utilizzati direttamente dall'impresa di manutenzione condotta dallo stesso Rodolfo Squinzi. Come recita l'iscrizione riportata dall'autentico bozzetto di presentazione del primo marchio al Comune di Milano per l'autorizzazione a procedere: "I prodotti

rappresentano per il costruttore quanto di meglio oggi il mercato può offrire per la protezione e decorazione di ogni genere di costruzione e di manufatto in ogni tipo di materiale. Enti statali e parastatali, il Regio Esercito e la Regia Marina, importanti imprese di costruzione ed industriali hanno usato i nostri materiali con esito soddisfacentissimo e ci confermano in ogni tempo importanti ordini. I nostri prodotti si prestano maggiormente quali: Pitture per edilizia protettive e decorative per interno o esterno Silexcolor..., Silexcement..., Intonaci Pietrificanti per facciate ed interno Rivestimenti Plastici... Idrofughi- Ignifughi- Mastici Plastici e Adesivi..."

autarchici
M.A.P.E.I.
protettivi per
edilizia e
industria. Con
l'esperienza di
anni di studio,
di lavoro e di
applicazioni,
abbiamo
realizzato
una serie di
prodotti che

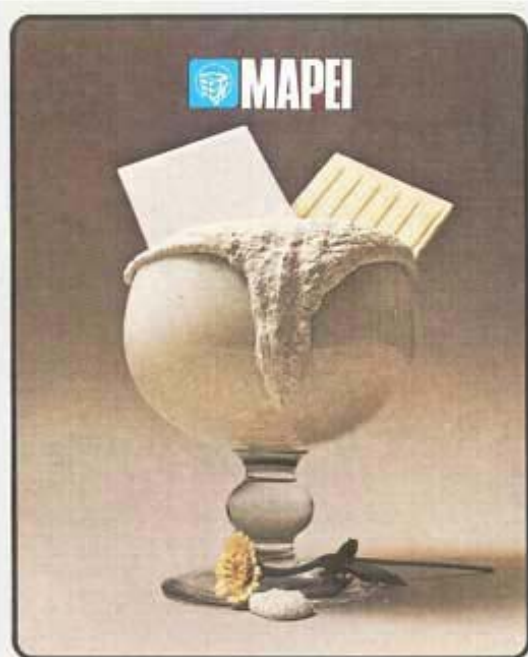
Il marchio, studiato dal grafico Bruno Polver, identificava un'abitazione nello stile tipico degli anni '30 dove sono indicati i possibili ambiti di intervento: impermeabilizzazioni sulle coperture, rivestimenti per le facciate ed intonaci, antiruggine per balconi e naturalmente pitture per edilizia. Nuvole e gocce d'acqua sono state messe a simbolizzare l'attività principale dell'azienda Mapei, ovvero produrre intonaci impermeabilizzanti contro l'umidità utilizzabili direttamente dall'impresa. Questo marchio in versione originale è stato utilizzato fino agli anni '50. Successivamente la gamma dei prodotti Mapei è stata ampliata con l'introduzione degli adesivi per l'applicazione di pavimenti e rivestimenti e di altri prodotti specifici per l'edilizia. Si è ritenuto così di intervenire sul marchio togliendo le "goccioline" che restringevano l'ambito di applicazione al campo della protezione degli ambienti dall'umidità e dagli agenti atmosferici. Questa prima "pulizia" è stata





eseguita dello studio grafico Moia. A partire dagli anni '60 la comunicazione istituzionale e di prodotto è stata affidata all'eccentrico Gianni Sassi che insieme a Sergio Albergoni aveva

creato l'agenzia AL.SA, da cui uscirono in quegli anni famose campagne pubblicitarie fra le quali quella dell'Adesilex P9, primo adesivo in polvere per piastrelle, una "crema d'adesivo" fotografata da Gianni Simion. A Sassi si deve la sostituzione del marchio originario con uno in cui scompaiono molti dei segni più prettamente figurativi, caratterizzato dal colore azzurro che diventerà poi una dominante della corporate identity di Mapei. Il marchio rivisto è stato utilizzato anche per la campagna per prodotti per la ceramica, in cui è stata scelta come testimonial un'avvenente modella svedese. Agli inizi degli anni '70 si è intervenuto ulteriormente sul marchio definendo di farne un re-styling. Il compito è stato affidato a 'Gio Volpi, grafico e titolare di una agenzia pubblicitaria, oggi docente nella scuola milanese "The International Colleges of Arts and Sciences" ideatore di noti marchi aziendali anche nel settore dei collanti. Parla 'Gio Volpi: "All'incirca nel '75, incontro Rodolfo e Giorgio Squinzi e inizio con loro una collaborazione che porterà alla definizione di un nuovo marchio, alla sua corretta applicazione al packaging aziendale e all'invenzione di alcuni segni che caratterizzeranno poi per qualche tempo i prodotti Mapei, come le "palline", segno grafico che doveva "solidizzare" simbolicamente la fluidità espressa dai collanti, decisamente poco fotogenica". Continua 'Gio Volpi: "Per il marchio studiammo diverse proposte anche perché le strade che si potevano percorrere erano diverse; scegliemmo di approfondire i concetti espressi sinteticamente da "chimica", "costruzione" e "ricerca-scientificità". Una beuta divenne il segno scelto per richiamare l'attenzione sulla qualifica di produttore di prodotti chimici, e poi i cubi incastrati tra loro, a voler specificare lo stretto legame di collaborazione che unisce i prodotti Mapei con altri materiali di finitura, ad esempio ceramica, parquet, o con le strutture di un edificio. Naturalmente si vollero tenere alcuni riferimenti al marchio precedente e non a caso, mentre in quello di allora la casa era una tipica casa in stile "moderno", m'ispirai per i cubi ad alcune unità abitative di Tokyo che allora rappresentavano un riferimento di ricerca e modernità in architettura. Abbiamo



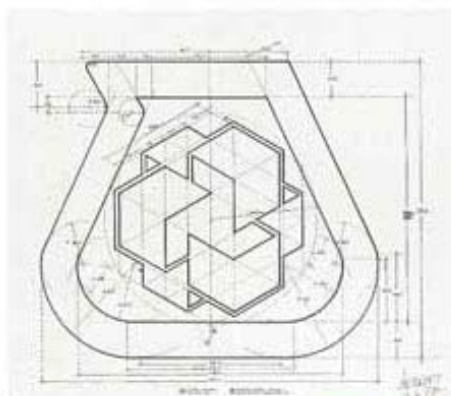
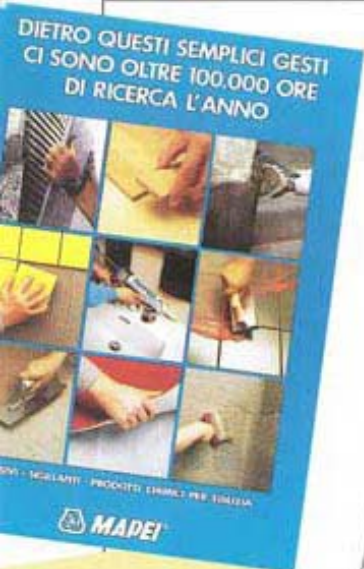
In questa pagina, il marchio originale rivisto nella campagna pubblicitaria dei prodotti per la ceramica degli anni '60 realizzata dall'agenzia AL.SA

Nella pagina a fianco, rielaborazione del marchio ad opera prima di 'Gio Volpi, poi dell'Arch.

Franco Giorgetta e dell'art director Enrico Orlandi.

Sotto, il marchio del Gruppo Mapei si unisce con il logo Vinavil e il nuovo marchio che identifica il sistema di qualità Mapei elaborato dall'agenzia More Light. Da notare come anche le confezioni dei prodotti sono state cambiate graficamente

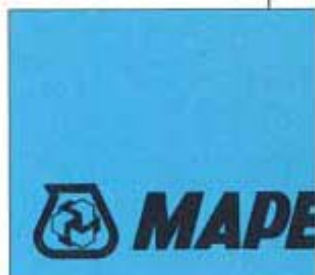




cercato inoltre di creare un marchio che consentisse una successiva animazione; infatti già si poteva immaginare uno sviluppo dell'immagine nella comunicazione aziendale rivolta anche all'uso dei filmati". Gli anni '80 hanno richiesto un cambiamento dell'immagine della società e la comunicazione sia istituzionale che tecnica è stata aggiornata affidandone il coordinamento all'architetto Franco Giorgetta che, avvalendosi del fotografo Gianni Baggi e dello studio grafico di Lella Ravagnani, ha realizzato le schede tecniche dei prodotti divise per linee e ha definito l'uso del "blu" Mapei come colore istituzionale, tuttora in uso.

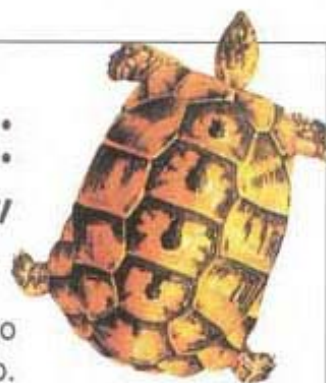
In seguito anche il logo è cambiato: sono stati eliminati i punti separatori e sono state studiate diverse head-line specificatamente create per campagne diverse o per differenti Paesi, anche se l'head-line principale è rimasto "Adesivi - Sigillanti - Prodotti chimici per l'edilizia". All'Art director Enrico Orlandi dell'agenzia More Light viene affidato l'incarico di "ripulire" il marchio, di apportare alcune modifiche come l'eliminazione del colore nero all'interno del marchio e l'introduzione del colore blu come colore societario, su marchio in negativo. Suo è anche il ritocco a seguito della recente acquisizione da parte di Mapei del famoso marchio Vinavil, che compare appunto accostato con la variazione del color rosso, per sottolineare lo stretto legame fra l'azienda della "colla bianca" e il Gruppo Mapei. La storia dei marchi procede spesso con la storia di ciò che ruota e si evolve intorno alle imprese: la recente certificazione UNI EN ISO 9001 ha reso infatti necessario lo studio di un nuovo marchio che sta appunto a certificare questo importante traguardo raggiunto ed ha il compito di "segnalare" una serie di nuovi messaggi (qualità, servizio, formazione, ricerca ecc.) che l'azienda rappresenta ad oggi, nonché sottolineare la sinergia tra i vari dipartimenti dell'azienda come garanzia di qualità. Marchio dunque per farsi riconoscere, per ricordare a distanza ma anche e soprattutto per comunicare. Dall'originario marchio "iconico" con elementi che raffigurano il prodotto, il servizio e la promessa d'impresa al marchio che comunica obiettivi strategici a lungo termine.

Un viaggio affettivo e ricco di tappe significative per chi le ha vissute, ma anche testimonianza di un'azienda che si evolve.



"LA CASA PERFETTA: O COSÌ O AL SAIEDUE"

E' lo slogan del Saiedue 1995 svoltosi all'insegna dell'ottimismo e sull'onda del recupero.



Il messaggio incisivo della nuova impostazione grafica dell'edizione 1995 del Saiedue esprime chiaramente gli intenti di organizzatori e partecipanti: per realizzare una casa perfetta occorre un mix di requisiti, qualità, ricerca di nuovi prodotti, strategie vincenti.

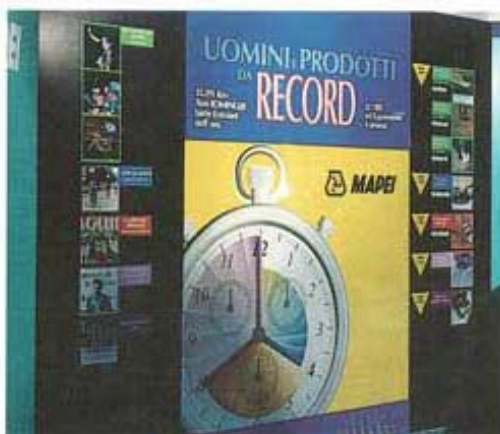
La rassegna, svoltasi a Bologna dal 22 al 26 marzo, ha registrato un incremento significativo di visitatori e una partecipata affluenza alle numerose e qualificate manifestazioni collaterali. Alla 14° edizione di Saiedue, Componenti e Finiture per l'edilizia, hanno partecipato 1.204 espositori su una superficie di oltre 61.000 mq; un'affluenza di visitatori superiore alle 128.000 unità, con un incremento di visitatori esteri del 17% rispetto alle passate edizioni. I dati incoraggianti confermano come il Saiedue sia considerato dagli operatori del settore un momento imprescindibile per conoscere, verificare, toccare con mano la realtà produttiva del comparto.

L'onda del recupero: una strategia per il futuro

Per quanto riguarda il mercato nazionale delle costruzioni, le indicazioni più significative in termini di strategie ed analisi del mercato sono state dibattute nell'ambito della presentazione della ricerca Cresme "L'onda del recupero", indagine sull'andamento del mercato delle costruzioni residenziali e dell'indotto nel passaggio dal nuovo al recupero dal 1990 al 2000. In sintesi è emerso che il mercato delle costruzioni si orienta rapidamente al recupero, che, nelle sue componenti della manutenzione straordinaria e ordinaria, rappresenta ormai oggi il 57% del mercato, mentre nel 2000 sarà vicino al 70% e nel 2010 raggiungerà l'80%.

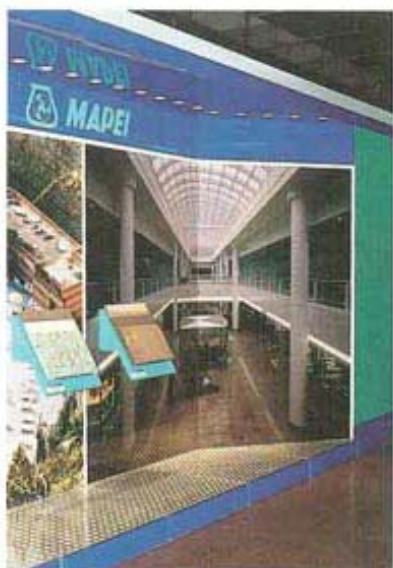
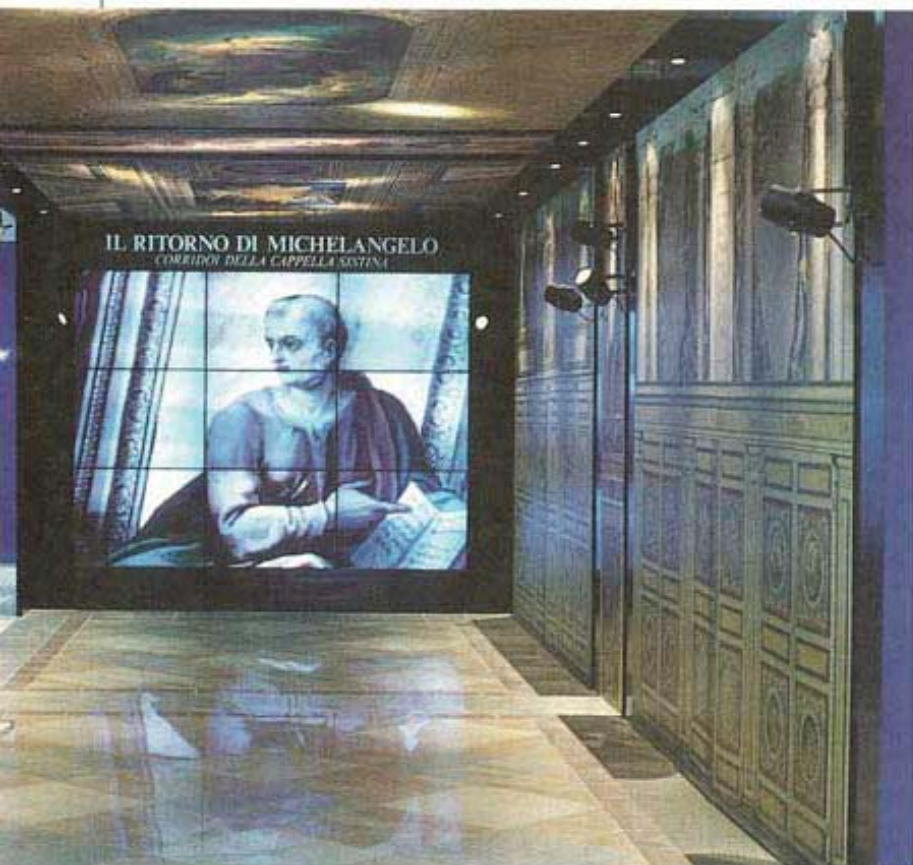
L'evoluzione investirà i produttori di materiali, la catena distributiva, le imprese di costruzioni e gli artigiani. La domanda attualmente molto frazionata e di piccole dimensioni (dove il consumatore finale

diventerà sempre più figura dominante) si trasformerà in domanda di "consumo" più che di investimento. Di conseguenza i produttori dovranno orientare la produzione all'insegna della massima flessibilità, per soddisfare le più svariate e diffuse necessità dell'utente finale mentre la distribuzione dovrà indirizzare le proprie strategie di vendita verso soggetti più inesperti che necessitano maggiore assistenza e informazione. Il mercato vedrà dunque premiate quelle imprese che



accoglieranno in modo propulsivo la tendenza verso il recupero. Quali dunque concretamente i prodotti trend? Tutti quelli destinati alla manutenzione degli edifici, trattamenti di conservazione, i rivestimenti idrofughi ed impermeabilizzanti, gli isolanti, le pitture, gli smalti, le vernici, gli adesivi, i sigillanti.

Grazie alla presentazione di alcune importanti referenze sono state presentate le linee Mapei per il recupero e la posa delle finiture. Dall'alto in senso orario; Stazione ferroviaria di Bruxelles; edificio storico a



Bagnacavallo (Ra); Piscina di Fontanelice (Bo); Aeroporto di Bruxelles. Particolare spazio è stato dato alla rappresentazione dei lavori eseguiti nelle Gallerie Sistine in Vaticano (foto al centro). Il marchio della certificazione UNI EN ISO 9001 appena riconosciuto a Mapei Spa e Mapei Centro Sud Spa è stato un altro argomento della comunicazione sullo stand (in basso a destra)

Mapei al Saiedue

Mapei, con una significativa presenza nello stand allestito per accogliere i numerosi operatori, ha sottolineato attraverso la presentazione di alcune importanti referenze come sia possibile rispondere concretamente ai bisogni del mercato nell'area delle rifiniture con materiali innovativi.

Nel settore del recupero ha presentato la linea dei prodotti MAPEANTIQUE nei diversi campi di applicazione. Da MAPEANTIQUE MC, applicabile appunto nel recupero di edifici storici quando si richieda una prestazione meccanica simile a quelle delle malte antiche ed una insensibilità alle aggressioni fisico-chimiche, a MAPEANTIQUE LC, legante per malte chiare utile per reintegrare malte di allettamento per strutture in pietra e in





mattoni. E ancora MAPEANTIQUE CC, malta chiara in cocciopesto per edifici storici, e MAPEANTIQUE I, legante per iniezioni in muratura. Molta attenzione hanno riscosso i prodotti della linea "Sistemi rapidi" presentati attraverso le immagini del prestigioso intervento di recupero della pavimentazione dei Saloni Sistini (servizio apparso sullo scorso numero di Realtà Mapei). E' stato presentato inoltre il nuovo marchio che attesta la certificazione UNI EN ISO 9001 recentemente ottenuta.

Particolare rilievo è stato dedicato a questo tema affrontato con impegno da Mapei: ovvero la qualità e gli aspetti legati alla certificazione in linea con le normative. Ai visitatori è stato presentato, anche con supporti grafici, questo importante riconoscimento.

Mapei ha ottenuto la certificazione del proprio Sistema Qualità per la ricerca, lo sviluppo, la produzione, la commercializzazione e l'assistenza alla clientela di adesivi e prodotti chimici per edilizia e industria.

La certificazione è stata riconosciuta a Mapei per le attività svolte negli stabilimenti di Robbiano di Mediglia e Latina e nella sede di Milano.

Un impegno a mantenere una qualità del prodotto e del servizio che soddisfi sempre le esigenze dei suoi clienti, nonché a migliorare la trasparenza e la comunicazione su tutte le attività aziendali.

La qualità da raggiungere

Particolare soddisfazione dunque poter presentare tra i primi questo ambizioso traguardo proprio in occasione di questa manifestazione. In Italia infatti, pur aumentando in misura esponenziale la certificazione di Sistema, sono ancora relativamente poche le imprese che possono vantare in questo settore "una patente" così importante nella competizione internazionale.

L'onda del recupero

La ricerca Cresme intitolata "L'onda del recupero", indagine su come cambierà il mercato delle costruzioni residenziali e dell'indotto nel passaggio dal nuovo al recupero dal 1990 al 2000, ha offerto molte indicazioni. La domanda di interventi di piccole dimensioni scalfirà la nuova costruzione. L'avvento della domanda del recupero comporterà una vera rivoluzione che investirà tutti i protagonisti del settore. Questo mercato è più orientato verso i prodotti impiegati nelle finiture e negli impianti, assai meno nelle strutture e nelle opere murarie. Così alcuni prodotti verranno privilegiati ed altri entreranno in crisi. O ancora: nel mercato del recupero la domanda sarà caratterizzata dalle piccole dimensioni e sarà più vicina ad una domanda di consumo che non di investimento (il mercato del recupero esprime mediamente una domanda inferiore ai 5 milioni, il nuovo parte da una soglia minima di 200/300 milioni). Il tema centrale del cambiamento è dato dal fatto che il mercato delle costruzioni avrà come decisore più importante la famiglia. Il rivenditore avrà bisogno di un nuovo modo di vendere e far conoscere i prodotti. La distribuzione del settore sarà costretta a mutare strategia: la fornitura sarà vista come prodotto/servizio; il mercato sarà di quegli attori della filiera delle costruzioni che sapranno cambiare i loro modi di vendere e produrre. Formazione, informazione e assistenza sono le chiavi attraverso le quali si aprono le porte del mercato di domani.

Nuovo e recupero a confronto (valori percentuali)



Fonte: Cresme

IL RECUPERO

Ripartizione percentuale delle tipologie di intervento nella ristrutturazione edilizia

Installazione impianti elettrici	25,1
Installazione impianti igienico-sanitari	21,0
Altri lavori di installazione	17,8
Tinteggiatura	4,1
Rivestimento pavimenti e muri	4,0
Intonacatura	2,6
Lavori di isolamento	2,0
Posa in opera infissi	1,3
Altri lavori edili	22,1

Fonte: Il Sole 24 Ore del 22/3/95



Battuti tutti i record di partecipazione a Cevisama '95

Il Salone Internazionale della Ceramica, Vetro, Rivestimenti per l'edilizia, Sanitari, Rubinetteria, Materie prime e macchinari si è svolto come di consueto alla Fiera campionaria Internazionale di Valencia. Dal 7 all'11 marzo '95, si è svolto in simultanea il nuovo Salone Internazionale della Pietra naturale e dei

prodotti rappresentano un momento importante per la corretta informazione a loro rivolta. Spagnoli il maggior numero di visitatori anche se si è notata la presenza di Tedeschi, Portoghesi, Inglesi, Olandesi, Scandinavi. Protagonisti i prodotti per la posa della ceramica ed in particolare KERAFLEX,



GRANIRAPID, ULTRACOLOR, MAPELASTIC. L'interesse maggiore lo hanno riscosso i prodotti Mapei tecnologicamente più avanzati. Oltre al prodotto, lo sviluppo Mapei in Spagna passa attraverso l'ampliamento della rete

distributiva, anche perché è garantita agli operatori una specializzata assistenza tecnica in grado di intervenire in tutto il territorio.

macchinari affini. Presenti 906 espositori di cui 171 stranieri. Sulla superficie netta di 33.597 mq espositivi si sono ripartiti i settori dei rivestimenti ceramici per 19.964 mq, materie prime con 736 mq, ed il rimanente per smalti e colori, tegole e mattoni, refrattari per l'edilizia. Altri settori che presentano una notevole crescita sono quelli delle materie prime e degli elementi complementari per l'edilizia.

La presenza Mapei a Cevisama

Grande afflusso allo stand Mapei durante lo svolgimento delle dimostrazioni, sempre in grado di ottenere l'attenzione degli operatori. Le varie fasi dell'applicabilità dei

Anche a Barcellona grande attenzione per il recupero edilizio

A Barcellona dal 3 all'8 aprile 1995 si è svolto Construmat, il Salone Internazionale dell'Edilizia che ha raccolto le proposte di oltre 1400 espositori. Ben 145 le aziende straniere presenti alla rassegna spagnola, di cui 48 provenienti dall'Italia. L'industria spagnola dell'edilizia esporta all'interno della comunità europea merci per un valore di 350 miliardi di pesetas. Tra i settori che mostrano un tasso di sviluppo e di crescita maggiore, quello delle pavimentazioni con il 20% del totale delle esportazioni. Nel nuovo stand Mapei, in posizione strategica per il percorso dei visitatori (rivolto direttamente all'entrata del padiglione) sono state presentate le linee di prodotti destinate al recupero degli edifici storici con particolare attenzione a MAPEGROUT e MAPEANTIQUE. Le dimostrazioni, come sempre efficaci, hanno catalizzato l'attenzione dei visitatori quasi esclusivamente Spagnoli e Portoghesi. Gli operatori si sono mostrati molto interessati alle proposte Mapei fornendo preziose indicazioni per le strategie di sviluppo sul mercato iberico. Aumenta considerevolmente la richiesta di prodotti idonei al restauro e al recupero edilizio. Per alcuni operatori Mapei rappresenta una concreta novità nel panorama dell'offerta di materiali innovativi per l'edilizia; questo dato, insieme ai segnali di ripresa economica, è un elemento promettente per la diffusione e la crescita di Mapei sul mercato spagnolo.



Appuntamento a Budapest

Construma è una fiera conosciuta a livello internazionale e organizzata ogni anno a Budapest, per accogliere circa 300 espositori internazionali. Dall'anno della sua fondazione nel 1991 la presenza della consociata ungherese Mapei Kft rappresenta un'ottima

occasione per stabilire nuovi ed importanti contatti. Lo stand Mapei, sempre molto frequentato, attira anche per la qualità dell'allestimento in contrasto con lo stile più "spartano" della concorrenza. Quest'anno è stato possibile organizzare all'interno dello stand diverse seguitissime dimostrazioni per la posa di piastrelle e resistenti, raccogliendo l'adesione di visitatori interessati ad avvicinarsi alla qualità Mapei.



I RIVENDITORI: PRODUTTORI DI SERVIZI

Quale rapporto tra produttori e rivenditori di materiali da costruzione? E' il tema dell'intervento di Giorgio Squinzi al X Convegno Federcomated.

Illustrazioni di Sergio Mammi

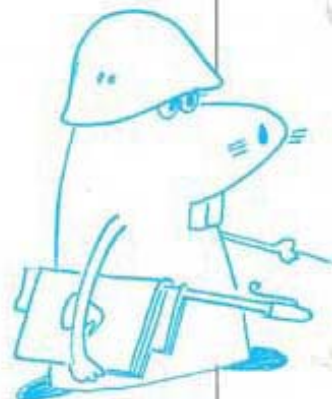
In occasione del X Convegno Nazionale Federcomated intitolato "I rivenditori, produttori di servizi", svoltosi a Bologna in occasione del Saiedue il 26 marzo scorso, è stata esaminata la realtà dei rivenditori di materiali edili. Dai diversi interventi presentati da Giuseppe Colombo, responsabile acquisti del Gruppo Dioguardi, Gian Luca Ferri, esperto gestione punto vendita e collaboratore della rivista Commercio Edile, Mario Verduci, Segretario Generale di Federcomated, e da Giuseppe Vantusso, Presidente di Federcomated (qui sotto con i vari oratori), è emersa la volontà e la necessità di modificare il rapporto fra rivenditore e produttore, affinché il primo possa diventare sempre più un fornitore di servizi di qualità, oltre che di prodotti al cliente finale. A Giorgio Squinzi, Amministratore Unico Mapei, è stato chiesto di presentare il suo punto di vista su: "Il Rapporto tra produttori e rivenditori di materiali da costruzione", qui di seguito pubblichiamo integralmente questa relazione.



"La distribuzione dei materiali per la costruzione sta attraversando in tutto il mondo una fase di trasformazione, che è influenzata da una serie di fattori a volte anche contrastanti tra loro. Elenchiamone alcuni tra i più importanti: primo fra tutti la sempre maggiore importanza della grande distribuzione e l'attenzione che essa pone al fenomeno del "fai da te". Un altro importante fattore è quello del rapido e continuo progresso tecnologico che trasforma la tecnica di costruire e porta all'introduzione di nuovi prodotti che sottraggono spazio ai materiali più tradizionali. Un altro fattore che citerei è la velocizzazione dei processi logistici nell'era del computer, che peraltro ha obbligato le aziende più attente, sia produttori che rivenditori, a razionalizzare le proprie strutture.

La situazione generale nel mondo, in Europa, in Italia

Vediamo ora a grandi linee la situazione nelle varie aree economiche mondiali, quale essa appare ad un produttore che ha una presenza produttiva e quote di mercato significative in ognuna di esse. Nel Nord America è senz'altro in forte crescita la distribuzione nei cosiddetti Home-Center, supermercati con etichetta di centri del "fai da te", ma frequentati anche da artigiani di piccola e media importanza (casi tipici gli Home-Depot, superficie media 5000 mq e i Builder's Square, taglio fisso di 10.000 mq). Sempre molto importanti rimangono le catene di distribuzione controllate direttamente dai produttori (caso forse più eclatante Dal-Tile, un produttore e rivenditore che con i suoi 220 punti vendita





Il rivenditore di materiali edili non può più aspettare passivamente il cliente dietro il proprio bancone

Il rivenditore deve organizzarsi per "stanare" il cliente, per divenire in pratica il braccio armato del produttore, il venditore più esterno del produttore

copre circa il 20% del mercato americano di piastrelle ceramiche). I rivenditori indipendenti in questo momento tengono con qualche fatica le posizioni, ma certamente le dimensioni del Paese li obbligano spesso a chiudere o a crescere per raggiungere dimensioni maggiori. In Europa la situazione è abbastanza diversa nel senso che i supermercati di materiali edili hanno sicuramente una minore importanza anche se essa in alcuni paesi è tutt'altro che trascurabile (Francia e Olanda 20% ca., Inghilterra 40% ca. del mercato totale). In compenso in Europa vediamo molto grossa la presenza di rivenditori di grandi dimensioni, in taluni casi addirittura multinazionali, con numerosissimi punti vendita (per esempio Point P in Francia, Raab Karcher in Germania e dintorni) che hanno un potere contrattuale molto alto verso i produttori di prodotti e materiali per l'edilizia. I rivenditori di piccole dimensioni in questa situazione non possono far altro che specializzarsi sia nelle tipologie di prodotti che nei servizi offerti.

In generale comunque le quote di mercato si stanno spostando verso le organizzazioni di dimensioni maggiori.

In Italia la situazione è decisamente diversa perché siamo in presenza di una distribuzione molto frazionata (circa 20.000 punti vendita) in stragrande maggioranza con numero di addetti inferiori a 5 e spesso membri del nucleo familiare, con una copertura geografica che raramente supera i confini della provincia e quasi mai quelli della regione.

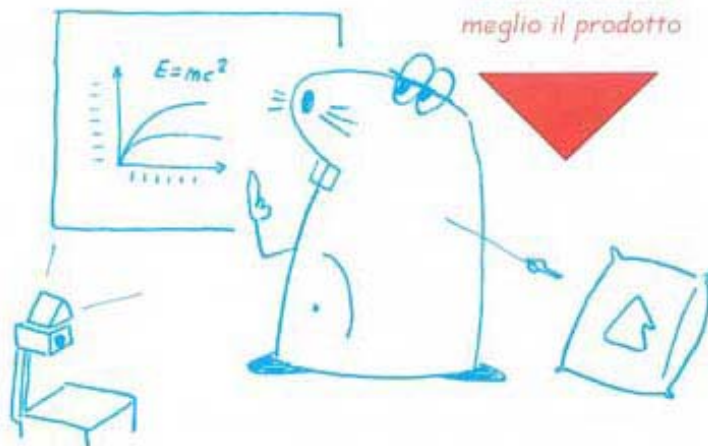
Va anche sottolineato che altre forme di distribuzione (centri fai da te) o di associazionismo (gruppi d'acquisto ecc.) non sembrano realmente decollare, io penso, essenzialmente per lo spirito individualistico degli italiani. Ma vediamo ora di esaminare la distribuzione dei materiali da costruzione in Italia più in dettaglio: gli indici dell'attività edilizia segnano da qualche anno nelle

statistiche del Cresme una preoccupante crisi delle "costruzioni nuove", sia pubbliche che private, così da arrivare alla conclusione che oggi circa i 2/3 dell'attività edilizia in Italia sono dovuti al rifacimento ed al recupero. Questo ha portato senz'altro a dei profondi cambiamenti nei consumi di materiali edili; del resto leggendo le classifiche 1992 e 1993 delle prime 100 società italiane di produzione e fornitura alle costruzioni, che la rivista Costruire pubblica annualmente, balza subito all'occhio che i produttori di cemento e di calcestruzzo, di laterizi, di prefabbricati e altri materiali tradizionali accusano diminuzioni nell'ordine del 10-20% annuo; mentre altre aziende di prodotti più usati nel rifacimento (malte e prodotti chimici speciali, ceramiche, sanitari, isolanti, materiali per impianti, ecc.) mostrano incrementi talvolta cospicui. Da ciò deriva la necessità per il rivenditore di meditare e scegliere la strategia più adatta per il futuro.

I prodotti speciali come opportunità

Io penso che nel futuro, il rivenditore venderà sempre meno materiali tradizionali (cemento, laterizi, ferro ecc.) peraltro già distribuiti solo molto parzialmente dal rivenditore (in Austria ad esempio la situazione è ben diversa) e dovrà cercare la crescita attraverso una specializzazione, anche plurisetoriale: ricordo che in Italia molte belle storie di successo imprenditoriale nella distribuzione di materiali edili sono state quelle di chi si è specializzato nelle piastrelle ceramiche e nell'arredo-bagno. Entriamo dunque nel vivo di quello che deve essere il rapporto tra produttori e rivenditori, sperando che le mie riflessioni non siano troppo di parte o influenzate dalle esperienze della mia azienda.

Deve conoscere meglio il prodotto



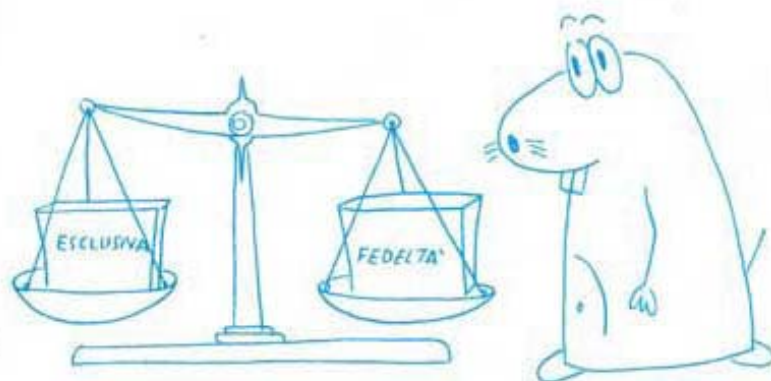
Cosa l'industria si aspetta dal rivenditore

1°) Vendita attiva. Oggi il rivenditore di materiali edili non può più aspettare passivamente il cliente dietro il proprio bancone, limitandosi a dargli quanto richiesto; bisogna invece che si organizzi per "stanare" il cliente, per divenire in pratica il braccio armato del produttore, il venditore più esterno del produttore.

Nessun produttore è in grado di essere così capillare nel territorio da visitare il consumatore finale e convincerlo ad usare un prodotto; solo il rivenditore può arrivare a questo risultato, ma per arrivare a ciò deve conoscere meglio il prodotto. Infatti solo conoscendo più approfonditamente il prodotto il rivenditore potrà consigliare il prodotto più appropriato, spesso anche economicamente, e potrà dare quella semplice assistenza tecnica, che risolve il 99% dei problemi, lasciando alle funzioni specializzate di assistenza tecnica dei produttori il compito di sbrogliare le matasse più difficili. Il rivenditore deve però essere disponibile a migliorare le proprie conoscenze tecniche frequentando corsi di formazione anche periodicamente. Non va infatti dimenticato che il rivenditore in un rapporto di collaborazione deve anche essere capace di trasmettere al produttore quelle, anche semplici, informazioni di mercato che servono a migliorare i prodotti e ad essere più competitivi. E' anche mia opinione che il rivenditore debba comunque avere uno o più venditori esterni che visitino la clientela esterna, anche se ciò comporta una soglia critica di fatturato più alta.

2°) Grado di fedeltà. Oggi nel mercato italiano è consuetudine del rivenditore offrire più marche di uno stesso prodotto; in alcuni casi (piastrelle ceramiche ad esempio) è giustificato da una offerta talmente diversificata da rendere impossibile la fedeltà ad una sola marca, anche se in molti casi tale fedeltà è appagante. Nel caso che evidentemente conosco meglio, cioè degli adesivi e della chimica per edilizia, la fedeltà è possibile e non è un caso che i rivenditori con le migliori prestazioni ed i più alti tassi di crescita siano i "monomarca". Oggi penso che l'industria possa e debba chiedere tale impegno anche perché le giustificazioni addotte dai rivenditori per giustificarsi sono solo di tipo economico (il classico "costa meno") o peggio.

3°) Logistica e pagamenti. Certamente con i miglioramenti nelle tecniche di produzione fino al "Just in time", con



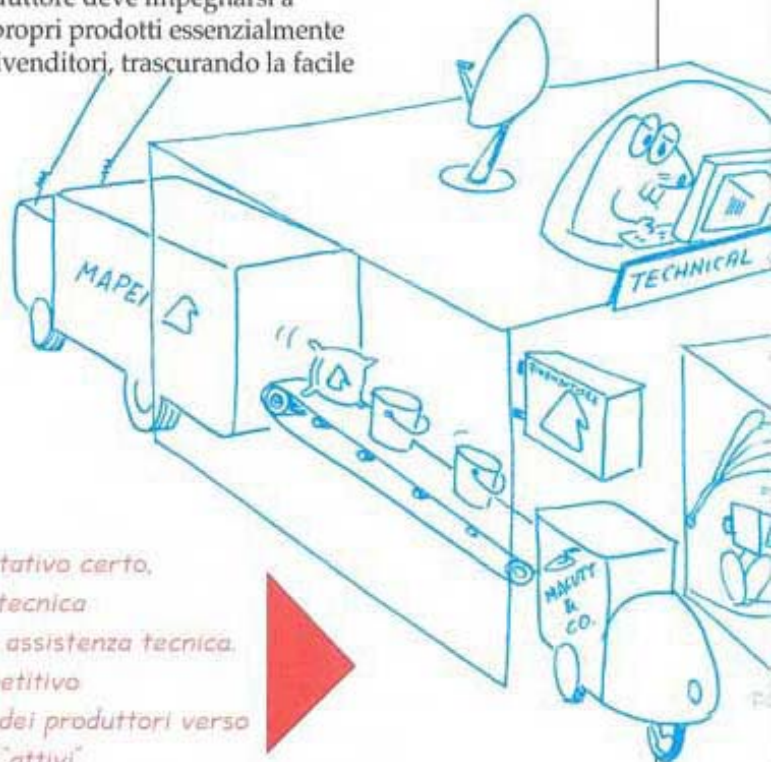
l'informatizzazione diligante e la velocizzazione dei trasporti, oggi è meno importante per il rivenditore avere magazzini stracolmi, capaci di coprire richieste anche su periodi di settimane o addirittura mesi: l'industria può mediamente coprire le richieste in tempi ridottissimi specie per il rivenditore "attivo". In contropartita l'industria si attende il diritto di chiedere il rispetto dei termini di pagamento pattuiti, per la migliore rotazione degli stock, senza dimenticare che ciò permette al produttore di controllare indirettamente se il rivenditore non si sia avventurato in vendite rischiose o forme di finanziamento mascherato ugualmente rischiose per la sua esistenza commerciale.

Cosa l'industria deve dare al rivenditore

Vediamo ora i "doveri" dei produttori.
1°) L'esclusività di canale. E' chiaro che in un rapporto corretto tra produttore e rivenditore ideale, il produttore deve impegnarsi a distribuire i propri prodotti essenzialmente attraverso i rivenditori, trascurando la facile



Diritti e doveri del rivenditore edile: fedeltà alla marca ed esclusiva di zona



Livello qualitativo certo, promozione tecnica e di vendita, assistenza tecnica, prezzo competitivo sono doveri dei produttori verso i rivenditori "attivi"



Solo
il rivenditore
"attivo" può
sopravvivere
alla
concorrenza

tentazione di vendere ai consumatori finali. Nei casi in cui la tentazione fosse più forte per dimensione o singolarità delle forniture andrebbe comunque cercata una forma di collaborazione "remunerata" con i rivenditori.

2°) L'esclusiva o la protezione di zona.

Una delle specificità del mercato italiano è l'alto numero di rivenditori: l'industria, anche quando possieda quote di mercato molto alte, deve saper selezionare i propri distributori, evitando sovrapposizioni che possono risolversi in sanguinose lotte di prezzo, che ritornano come boomerang al produttore stesso; si devono far crescere le quote di mercato insieme al rivenditore scelto.

3°) Promozione pubblicitaria e tecnica anche congiunta con il rivenditore:

è un altro servizio che l'industria deve dare e che si realizza in svariate forme, come pubblicità su riviste tecniche, media di grande diffusione, affissioni ecc.; in campo più specificatamente tecnico, elaborazione di documentazioni tecniche chiare ed esaurienti, mailing ai tecnici del settore, organizzazione di convegni, seminari e corsi pratici per gli applicatori ed in campo più commerciale, assistenza al punto vendita per presentare i prodotti nel miglior modo ai clienti attuali e potenziali.

4°) Un altro servizio fondamentale che l'industria deve fornire al rivenditore è quello di una seria assistenza tecnica che deve includere un servizio prevendita per quei casi non di routine che il "rivenditore attivo" non è in grado di risolvere da solo, ma anche e soprattutto servizio post-vendita, che in caso di contestazione non lasci al rivenditore l'amara impressione di essere lasciato solo dal produttore. Un altro compito di assistenza tecnica è quello di provvedere all'istruzione ed alla formazione del rivenditore e del suo personale.

5°) Dovere dell'industria è poi quello di garantire un livello qualitativo certo al rivenditore. Oggi molte aziende

produttrici, anche per meglio competere sul mercato internazionale, si sono attivate in questa direzione cercando di ottenere la certificazione secondo la norma ISO 9000, nei suoi vari livelli dal 9001, il più elevato, al 9003.

6°) Ultimo tra i doveri dell'industria è quello di offrire al rivenditore un prezzo competitivo e questo lo si può ottenere anche meglio se vi è una concentrazione di acquisti sul singolo produttore, senza dispersioni, anche grazie ad una razionalizzazione dei costi logistici. Naturalmente per il rivenditore "attivo" il prezzo deve essere veramente competitivo, anche per evitare continue discussioni tra chi vende e chi compra.

Il futuro obbligato del rivenditore: la crescita

Per concludere ritengo che un vero rapporto di partenariato dovrebbe essere il rapporto tra produttore e rivenditore, un lavoro portato avanti senza conflittualità per acquisire quote di mercato crescenti, per "vincere insieme" come recita lo slogan della nostra squadra ciclistica che ben riflette una convinzione profonda della nostra azienda. E' in questa direzione ad esempio che abbiamo dato immediata adesione alla Sercomated, la società di servizi di Federcomated, che può divenire uno strumento di crescita professionale per il rivenditore italiano."

Invito ai lettori

La relazione presentata da Giorgio Squinzi esprime non solo la sua opinione personale, ma descrive una filosofia aziendale che Mapei attua già da tempo. Le vendite di Mapei in Italia passano per il 99% attraverso i rivenditori edili, il rimanente essendo obbligatoriamente distribuito attraverso i grandi committenti o le imprese e ciò solo nei casi di grandi lavori, come ponti, strade ecc., dove il rivenditore edile non è in grado di gestire ad oggi il rapporto. Essendo così importante per Mapei il rapporto diretto con il rivenditore, Giorgio Squinzi invita tutti coloro che vogliono esprimere le loro personali opinioni in merito, anche se critiche, a farlo inviando lettere o fax direttamente a Realtà Mapei. Queste opinioni ci serviranno certamente e verranno comunque "girate" a Federcomated nella speranza di dare un ulteriore contributo di collaborazione al rapporto produttore-rivenditore. Scriveteci!!



ALLARME PREZZI

Dal Panel Congiunturale presentato da Federchimica emergono interessanti aspetti sullo sviluppo della chimica europea. Aspetti che evidenziano il divario tra chimica di base e chimica secondaria. Il Presidente della Federchimica, Benito Benedini, ci spiega in un'intervista il suo punto di vista in proposito.

Il 27 marzo scorso è stato presentato il Panel Congiunturale Federchimica elaborato semestralmente dal Centro Studi della Federazione. Dai dati presentati dal Dottor Vittorio Maglie, responsabile del Centro Studi Federchimica e coordinatore del Panel Congiunturale, emergono alcuni dati interessanti sia sulla chimica internazionale che italiana così sintetizzati:

- l'industria chimica sta vivendo una fase di espansione produttiva e di miglioramento delle condizioni operative;
- il livello dei profitti USA nel 1994, a seguito della ristrutturazione e della felice situazione per domanda e prezzi, è risultato da record;
- per l'Europa il confronto tra previsioni e consuntivi conferma la cautela con cui le imprese avevano affrontato il 1994;
- la chimica europea ha chiuso il 1994 con un aumento produttivo del 5,5%;
- la capacità produttiva in fase di razionalizzazione ha rapidamente raggiunto livelli di utilizzo altissimi che hanno innescato forti aumenti dei prezzi;
- migliori condizioni operative hanno permesso un ritorno alla redditività nella chimica di base;
- più difficile la situazione nei settori chimici a valle chiusi tra forti aumenti dei propri input e l'impossibilità di trasferire i maggiori costi su una clientela che deve far fronte a livelli di inflazione ai minimi storici;
- le pressioni all'aumento dei prezzi stanno diffondendosi alla chimica fine mentre hanno raggiunto maggiore stabilità i prezzi della

chimica di base;

- sul mercato italiano si è confermato un effetto combinato di traslazione sui prezzi in lire degli effetti della svalutazione e della crescita dei prezzi internazionali. Nei settori chimici a valle la crescita dei costi degli input giustificano un forte aumento dei loro prezzi;

- i risultati del Panel stimano la crescita reale della produzione con punte più elevate nella chimica organica, nelle plastiche, nelle fibre e nelle vernici e un forte calo nei fertilizzanti.

Nel corso della conferenza stampa è intervenuto il Direttore Generale di Federchimica, Guido Venturini, che ha sottolineato come la ripresa non possa essere completa senza che l'impresa sia messa in grado di effettuare nuovi e necessari investimenti. Questi dati sono stati commentati dal Presidente della Federchimica, Benito Benedini, che ha sottolineato come l'industria chimica sta attraversando una fase di espansione produttiva e di miglioramento delle condizioni operative. La forte crescita delle esportazioni ha spinto il fatturato 1994 del settore a 72.000 miliardi. Il saldo commerciale resta elevato a causa della

COS'E' IL PANEL CONGIUNTURALE?

Da molti anni gli esperti dei vari comparti chimici e delle principali imprese italiane e multinazionali si incontrano due volte all'anno per confrontare il quadro congiunturale e le previsioni settoriali. Il Centro Studi Federchimica coordina, sotto la direzione del Dott. Vittorio Maglie, il Panel Congiunturale e sviluppa il quadro congiunturale e previsivo per il settore nel suo complesso. La consapevolezza dell'importanza della chimica come settore e nella comprensione dello sviluppo del sistema industriale ha portato Federchimica negli ultimi sei anni a presentare all'esterno i risultati del Panel prima riservati agli associati. Il documento si divide in due parti: nella prima si svolge un'analisi della chimica nel suo complesso e si presentano i dati più importanti emersi dal Panel, nella seconda si propongono le schede settoriali messe a punto dal Centro Studi insieme agli esperti. Il Panel Congiunturale Federchimica è stato realizzato grazie alla collaborazione delle maggiori aziende chimiche operanti in Italia e delle Associazioni di Federchimica: Acfis, Aisa, Agrofarma, Aschimfarma, Assobase, Assofertilizzanti, Assofibre, Assoplast, Assosalute, Aviso, Unipro.

PAGINA 8 — Giovedì 25 Maggio 1994

Economia italiana

I rincari delle materie

Industria per le forze

MILANO — La chimica è un mondo molto variegato. È composto da produttori di materia prima, dai loro clienti (che producono intermedi), dai clienti dei clienti (i prodotti finiti). Da multinazionali e da microimprese di "sottoscalisti". Da produzioni nazionali e da importazioni. Così, le tensioni sui prezzi e le difficoltà di approvvigionamento delle commodity, che si registrano fin dall'autunno scorso, agiscono in modo differenziale su ciascuna impresa. «Ma di sicuro — commentano alla Federchimica — ci sono alcuni punti fermi».

E cioè: nessuno è sfuggito ai rincari, che si sono concentrati soprattutto in questi ultimi mesi (e per molte materie prime non si sono ancora conclusi); gran parte delle aziende

hanno potuto recuperare soltanto in parte gli aumenti subiti (o non li hanno recuperati per nulla) ed è quindi prevedibile che i prezzi dei prodotti finiti abbiano ancora rialzi.

Non basta. Secondo gli analisti del settore, per alcuni prodotti la scarsa disponibilità di materie prime si farà sentire ancora per mesi. Gli aumenti di prezzi registrati finora hanno subito certo l'effetto del rapporto della lira con le due valute di riferimento, il dollaro e il marco; in realtà, però, i rincari sono avvenuti per lo più indipendentemente dalla variabile valutaria (che al massimo ha aggravato gli aumenti internazionali) e dalle oscillazioni modeste del petrolio.

Infine, molte aziende che si trovano nella parte terminale della filiera sono in forte sofferenza. Per i margini di redditività, dissolti in pochi mesi dai costi della materia prima e per la difficoltà di trovare la stessa materia prima. Ne sanno qualcosa i produttori di bottiglie di plastica per l'ac-

Ma

MILANO
zione della
maggio '94
marco si è
petrolio ha
frattempo
nici hanno
+245% l'as
produttivi
+120% la
rincari app
subiti in g
dalle res...



zione di Pet
no contratti
quantità e j
accettano q
zione, purch
no la malint
noi abbiamo
dotti al mi
aprire un m
nostri fornit

Ade

MILANO
tiginosi delle
sta nuovi ri
adesivi. Per
tore, che sv
800 miliardi
rappresenta
del prezzo fi
aumento sul
del 15-20% e
a luglio. «T
aumentato i
Mancini (?-
adesivi e sig
ne di Feder

L'opinione di Benito Benedini sull'argomento dei prezzi, espressa nell'intervista qui a lato, è condivisa da molti articolisti della stampa economica. Riportiamo qui sotto quanto pubblicato da *Il Sole 24 Ore* del 25 maggio scorso

svalutazione della lira e della ripresa dei prezzi, collocandosi a circa 11.000 miliardi di deficit. La chimica si pone al quarto posto tra i settori esportatori. La domanda interna dei prodotti chimici è in netto miglioramento proprio dai comparti trainati dall'export. Ma la forte crescita dei prezzi delle materie prime insieme all'eccessiva svalutazione della nostra moneta preoccupa non poco gli operatori

del settore. La svalutazione della lira e l'impennata dei prezzi delle materie prime a livello internazionale hanno aiutato la chimica di base a uscire dalla crisi ma stanno minando la redditività della chimica a valle che si trova chiusa tra i forti aumenti delle materie prime e l'impossibilità di trasferire i maggiori costi su una clientela che deve far fronte a livelli di inflazione ai minimi storici. Non sono solo i prezzi delle materie prime ad essere partiti all'insù. Sono tutte le commodities industriali, cioè le materie prime fondamentali al funzionamento dell'industria, a registrare fortissime crescite nei prezzi. Gli aumenti, come effetto, si trasferiscono dalla chimica ai settori utilizzatori.

N. 137 — IL SOLE-24 ORE

ana

me I magazzini sono vuoti: scarseggiano le plastiche

Chimica in ginocchio Materie prime con il contagocce

Margini azzerati per le vernici

Nel confronto con la valutazione del gennaio '94, all'inizio del dollaro ha perso il 4% e il dollaro del 22 per cento. Il dollaro oscillazioni contenute. Nel settore delle materie prime per produrre vernici sono stati registrati incrementi ripidissimi: il butanolo (+220%), l'acetone (+200%), l'acido acetico (+200%), l'acido acetico (+200%) e l'acido acetico (+24%).

L'accelerata si nota anche alzando fino al gennaio '92 il punto di riferimento: l'incremento dell'anidride ftalica è sta-

to graduale fino all'autunno scorso, poi il picco del +342 per cento.

Così l'industria delle vernici, per le quali i costi della materia prima incidono per il 60% sul prezzo di listino, e i cui margini di redditività si aggirano sul 5%, lancia l'allarme: «Basta con gli aumenti della materia prima: molti miei colleghi sono vicini alla crisi — avverte Renzo Gay (Ppg), presidente dei produttori di vernici in seno all'Avisa (associazione di Federchimica) — perché non riescono ad aumentare i listini e non sanno come chiudere i conti a fine anno».

In teoria, per recuperare quanto perso in pochi mesi gli aumenti di prezzo sulle vernici dovrebbero essere nell'ordine del 30-35 per cento.

deide o l'acido acetico. Ecco alcuni rincari delle principali commodity chimiche, tratti dalle rilevazioni della Camera di commercio di Milano. I prezzi sono in lire al chilo a gennaio '94, gennaio '95 e aprile '95. Ftalato di butile: da 1.160 a 2.525 e a 3.700. Glicole monoetilenico: 685, 1.605 e 1.370. Stirolo: 980, 2.035, 2.800. Ossido di etilene: 1.115, 1.505, 1.855.

Gli aumenti si sono riflessi anche su commodity di seconda lavorazione, come il polietilene o il polistirolo (entrambi più che raddoppiati in un anno). Gli effetti a valle possono essere disastrosi per le produzioni a scarso valore aggiunto e modesta capacità contrattuale. È il caso di molte aziende che fabbricano stoviglie usa-e-getta di polistirolo, che non riescono a rivalersi sui colossi della grande distribuzione, i cui prezzi sono schiacciati dalla concorrenza degli hard discount.

Su molte materie prime sembra finito l'accaparramento indotto dagli aumenti continui del marco. Conferma un'azienda di Senago (Milano): «C'è ancora qualche carenza, come per gli isocianati per le schiume poliuretatiche, ma non appena i prezzi all'origine si saranno stabilizzati gli stocaggi si alleggeriranno, con un effetto contrario di svendita».

Jacopo Giliberto

Margini azzerati, sui prezzi ritocchi obbligati

In seguito ai rincari delle materie prime, sono in vista ai listini di molte aziende del settore un mercato sugli stocchi delle materie prime in media il 65-70%. Si parla di un prossimo dollaro finito nell'ordine una possibile correzione dei nostri fornitori hanno — spiega Assuero, presidente del gruppo dell'Avisa (associazione) — e in pochi mesi i

margini di redditività, che vanno dal 4 all'8%, sono stati spazzati da rincari che tolgono un 20% ai conti delle aziende. Ciò rischia di creare un circolo vizioso: se in banca si va fuori fido, gli ordini si bloccano».

Qualche confronto dei prezzi delle materie prime tra il maggio '95 e il gennaio '94. Le dispersioni polimeriche a base acqua, i vinilici e l'acetato di etile sono raddoppiati. Le resine sono cresciute del 50%, i plastificanti hanno avuto una crescita vertiginosa del 250%, l'acetone del 175 per cento. «Su una media degli ingredienti che entrano in un adesivo —

aggiunge Mancini — ciò significa per le imprese un aumento di costi sui 250 miliardi. Tanto, su un mercato di 800 miliardi».

Gli incrementi di listino prospettati dalle imprese di adesivi e sigillanti, tuttavia, non dovrebbero avere effetti inflattivi. Sono prodotti specializzati usati in quantità modestissime: in una scatola di cartone che contiene pasta, dentifricio o biscotti il costo del filo di colla per chiudere i lembi si aggira sulle 10-20 lire; sul cartoncino accoppiato sono 45 lire per metro quadro; in un'auto da 20 milioni alcune decine di migliaia di lire.

Intervista a Benito Benedini

Abbiamo chiesto al Presidente di Federchimica Benito Benedini di spiegare meglio il suo punto di vista sulla situazione della chimica italiana.

D: Alla fase di espansione dell'industria chimica ha peraltro fatto seguito una più difficile situazione nei settori chimici a valle. Quali prospettive vi sono dunque per questi operatori?

R: Mai come in questi mesi la chimica sta vivendo un periodo di luci ed ombre. Gli indicatori della produzione mostrano una crescita media sostanziale da parte delle imprese italiane, ma una performance che si rivela particolarmente differenziata in funzione dell'attività di esportazione di tali imprese e dell'esposizione verso i mercati stranieri degli stessi clienti delle imprese chimiche. Se da una parte sono sempre più numerosi i clienti con ricchi carnet di ordini per le performance esportative, dall'altra rimangono ancora alcuni segmenti di mercato significativamente penalizzati da una domanda pubblica di consumi ancora cedenti, tra i quali quelli legati all'edilizia, all'alimentare e all'editoria.

Altrettanto diversificata si presenta la situazione sul fronte dei prezzi. Al di là di alcune punte di aumento difficilmente spiegabili, gli incrementi di prezzo della chimica di base sono ampiamente giustificati da tre ordini di fattori: - data la forte ciclicità del mercato delle commodities, come già in passato, a periodi di forti flessioni dei prezzi fanno seguito brevi periodi con prezzi in

ebollizione;

- il processo di razionalizzazione dell'attività produttiva ha fatto sì che i livelli di capacità produttiva utilizzata diventassero molto alti, facilitando le imprese nell'imposizione dei listini con forti aumenti nel momento in cui la domanda ha cominciato ad aumentare significativamente;

- i prezzi dei prodotti della chimica di base sono ancora, nella media, inferiori a quelli di 5/6 anni fa.

Le ultime indicazioni ci dicono che non sono previsti ulteriori incrementi dei prezzi internazionali che stanno orientandosi ormai alla stabilità. Fino ad ora i settori più penalizzati sono stati quelli della chimica fine e secondaria come ad esempio le vernici, gli adesivi e gli inchiostri, chiusi in una morsa fatta di aumenti di prezzi degli input a volte aberranti e prezzi di vendita poco

dinamici. Questa morsa ha pesantemente condizionato i margini di molte imprese italiane.

D: Dal Panel presentato si evidenzia come: "Sul mercato italiano si sono confermate le anticipazioni di alcuni mesi fa relative ai prezzi...". Può fare un commento su questo punto?

R: Gli ultimi dati mostrano una forte tensione dei prezzi della chimica di base. Durante tutto il 1994 la chimica secondaria ha "incassato" sostanziali aumenti dei costi dei propri input e ora, seppur con alcune eccezioni, la fase di adeguamento dei propri listini è già cominciata, a seguito delle crescenti pressioni che gli insostenibili aumenti dei costi e gli effetti della svalutazione della lira hanno esercitato sulla redditività delle imprese di tale settore.

Il basso livello delle scorte e la forte domanda rendono accettabile e giustificato l'incremento dei prezzi, un aumento che non deve però preoccupare ma che deve rappresentare l'occasione per operare, anche da parte dei settori clienti della chimica, un'attenta razionalizzazione produttiva mirante alla riduzione dei costi,

un'operazione già da tempo intrapresa dall'intero comparto chimico nel corso degli anni passati.

D: I prezzi della chimica di base risultano inferiori a quelli praticati negli altri Paesi. Questo significa un ulteriore aumento nei prossimi mesi?

R: La risposta a questa domanda è direttamente connessa agli effetti della svalutazione e alla carenza di offerta presente nel settore.

I prezzi internazionali sono ormai stabili ed è il deprezzamento della nostra valuta ad assumere il ruolo principale nella determinazione dei livelli di prezzo praticati dall'industria



Benito Benedini inizia la sua attività come auditor presso la Price Waterhouse & Co e ricopre incarichi direttivi nel gruppo Union Carbide, successivamente Presidente e Amministratore Delegato in Italia e Europa del gruppo Immont. Nel 1985 è Vice Presidente della Basf Italia, alla fine del 1987 è Amministratore Delegato del Gruppo Maxfin Spa, nel 1989 acquisisce il Gruppo Colorama Spa leader italiano nel settore degli inchiostri da stampa.

Nel corso della sua attività associativa ricopre numerosi incarichi: Vice Presidente di Federchimica per oltre 10 anni e la Presidenza Europea dei produttori di inchiostri da stampa. Nel 1993 viene eletto Presidente di Federchimica, carica nella quale è stato riconfermato per altri due anni nel corso dell'ultima Assemblea.

Nel 1994 viene nominato Cavaliere del Lavoro. Attualmente è componente del Consiglio Direttivo (invitato) e della Giunta di Confindustria nonché della Giunta Esecutiva di Assolombarda. E' membro del Consiglio di Amministrazione della Banca Agricola Milanese e sostenitore dell'A.I.C.A. (Associazione Italiana Comunicazioni Alternative).

chimica in Italia. E' importante notare come i prezzi delle materie prime per molti prodotti siano stati di recente sensibilmente inferiori a quelli esteri nonostante sia già cominciato il processo di adeguamento dei listini.

Quando la svalutazione ha spinto il marco sopra le 1200 lire si è creato un margine di circa il 20% tra i prezzi italiani e quelli internazionali, un margine che è destinato a far aumentare ulteriormente i prezzi in listino se la svalutazione continuerà a colpire la nostra moneta. Alla svalutazione si aggiunge infatti una carenza di offerta.

D: Quali possibilità concrete si intravedono per modificare il quadro attuale?

R: Il sostanziale incremento dei prezzi registrato nell'industria chimica va visto in funzione del costante e insostenibile aumento dei costi delle materie prime determinato dalla svalutazione e dalla crescita dei prezzi internazionali.

L'unica via per evitare che la pressione sui prezzi diventi insostenibile è un ritorno a breve a tassi di cambio più accettabili, inferiori alle 1100 lire per DM.

In tal caso le pressioni dei prezzi internazionali sui prezzi in lire perderebbero intensità e in pochi mesi si potrebbe tornare ad una situazione di stabilità della chimica di base e secondaria.

A monte di una simile inversione di tendenza deve operare una rassicurante situazione politica istituzionale.

Una seria politica governativa che possa attuare interventi incisivi su pensioni e spesa pubblica e che possa anticipare i tempi della finanziaria rappresenta la condizione ultima e indispensabile per dare stabilità e nuove prospettive di crescita all'economia italiana.

IL FUTURO DELLA DISTRIBUZIONE

Giuseppe Vantusso trasferisce la sua personale esperienza di rivenditore edile nella guida dell'Associazione di categoria Federcomated.

I punti vendita di materiali edili sono ad oggi 20.000 circa: una frammentazione veramente enorme, dove operano molte strutture a livello familiare di 2-3 persone, spesso legate a schemi di vendita ormai obsoleti, accanto ancora a poche realtà distributive super-organizzate e gestite secondo gli schemi della moderna distribuzione internazionale. Abbiamo chiesto di rispondere ad alcune domande sulla distribuzione nel settore dei materiali per edilizia al Presidente di Federcomated Giuseppe Vantusso, co-titolare della Vanedile di Milano.



D: Può tracciare un breve profilo dell'associazione e degli obiettivi che si prefigge?

R: La Federazione Nazionale dei commercianti di materiali edili si è costituita una decina di anni fa e rappresenta 9000 punti vendita distribuiti sul territorio nazionale.

Gli associati Ascomed, le associazioni provinciali, sono circa la metà. La Federazione si prefigge di tutelare gli interessi morali e materiali di tutto il settore e di promuovere ogni iniziativa finalizzata allo sviluppo del settore del commercio edile.



D: Oltre a Sercomated, società di servizi di Federcomated, quali altri concreti supporti possono avere gli associati?

R: Sono molti gli aspetti affrontati dall'Associazione ma è bene ricordare che sul territorio agiscono, come strutture

appunto operative di Federcomated, le Ascomed: i nostri associati possono rivolgersi in ogni parte del territorio alle Ascomed competenti che possono essere di grande aiuto in molti casi. Cito tra le iniziative, il "Centro Solvibilità" che sta riscuotendo un grosso successo proprio perché dà un servizio concreto ogni qualvolta un rivenditore voglia verificare proprio la solvibilità di un potenziale cliente, o ancora il Centro Recupero Crediti, che fornisce un'assistenza legale con i migliori risultati al minor costo. Attraverso le Ascomed poi, è possibile avere un valido supporto in materia legale, tributaria e fiscale. E ancora: un'assistenza nei confronti degli enti locali, qualora si subiscano azioni considerate penalizzanti, che debbano essere affrontate in modo associativo. Come ad esempio nel caso delle tariffe per la rimozione dei rifiuti in base alla superficie occupata. Il rivenditore paga infatti un servizio che viene effettuato, nella realtà, a suo carico essendo i rifiuti della nostra attività di rivendita perlopiù costituiti da macerie che trasportiamo a nostre spese presso le discariche pubbliche. Nel caso di Milano il TAR ci ha dato ragione, creando un precedente importante su questo argomento.

Sempre attraverso le Ascomed viene redatto un "Listino prezzi mensile" che non è vincolante ma è da considerare come un "osservatorio" aggiornato sull'andamento del mercato.

D: Quali sono gli scenari futuri nazionali e internazionali dell'edilizia?

R: Il mercato interno è principalmente indirizzato alla riqualificazione del patrimonio immobiliare e alla sua ristrutturazione, che rappresentano ormai il 55% degli investimenti in tutto il settore delle costruzioni. La scarsità di investimenti nel settore delle nuove costruzioni è dovuta oltre che all'immobilismo degli enti locali anche alla

mancanza di chiare leggi sugli investimenti nell'edilizia a medio e lungo termine, sia nel settore pubblico che in quello privato. In Italia c'è necessità di abitazioni, si costruisce troppo poco; ciò non accade invece in Europa, dove una più mirata legislazione consente investimenti maggiori in tutto il settore.

D: Quali gli argomenti cardine su cui si baserà la competizione e lo sviluppo della categoria dei rivenditori edili?

R: La distribuzione dei materiali edili nel nostro Paese, è risaputo, è estremamente polverizzata. **Sono indifferibili due cose: la specializzazione diretta e il salto di qualità a livello gestionale e di immagine.** Questo per affiancarsi più efficacemente sia al costruttore che al professionista. Il rivenditore generico, senza una precisa politica di assistenza al cliente, non potrà certo sperare di avere un futuro. Inoltre ritengo fondamentale il ruolo dell'associazionismo in quanto per mantenersi competitivi oggi non si può pensare di procedere in modo individuale.

D: Che ruolo svolgono i produttori nell'evoluzione del mercato?

R: Dipende da loro e non tutti sono attenti al problema. **Quei produttori che affiancano il rivenditore, instaurando con lui una sinergia efficace, saranno sicuramente ricambiati** in termini di immagine del prodotto e di risultati concreti dal punto di vista commerciale.

D: Come influisce la crisi che ha attraversato il settore dell'edilizia e come si può reagire?

R: La crisi è un fatto ma si tratta anche di evoluzione del mercato e di diversificazione della domanda. **Il rivenditore attento segue il mercato e cerca di indirizzarsi verso quei settori che in quel momento possono essere più**

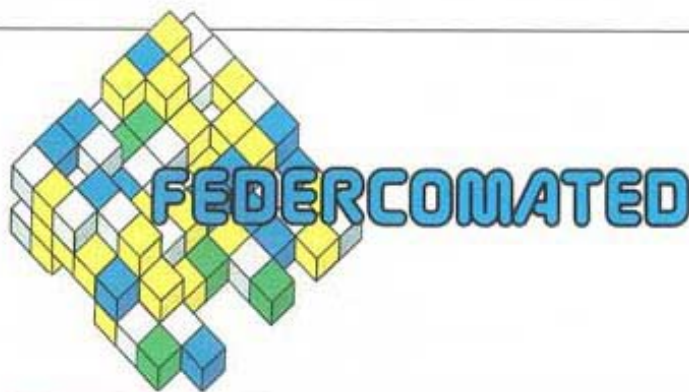
remunerativi:

ad esempio il "fai da te" verso il privato e verso l'impresa.

D: Quali sono i problemi quotidiani a cui fa fronte il rivenditore di categoria e quanto può contare il rapporto con produttori qualificati?

R: In ogni categoria commerciale esistono dei problemi: in questo particolare momento ci sono problemi con gli incassi e per questo qualche rivenditore può trovarsi in difficoltà. Il problema dell'affidabilità della clientela poi, viene affrontato dalle Ascomed con interventi mirati, come ad esempio il "Centro Solvibilità Clienti". Vi sono poi problemi di comunicazione alla quale, dobbiamo riconoscere, noi rivenditori non abbiamo prestato sufficiente attenzione. Ecco quindi la figura del produttore che supporta il rivenditore con adeguato programma. **Linee di prodotti pensati appositamente per il distributore e materiale di supporto alla comunicazione adeguato; ma anche corsi di aggiornamento e informazione ai quali i rivenditori dovrebbero partecipare con maggiore assiduità.**





Il rivenditore edile italiano sta cambiando: più professionalità, più specializzazione, più produzione, più immagine. Il rapporto di collaborazione con i produttori di prodotti è diventato indispensabile

D: Qual è il partner ideale per un rivenditore edile oggi?

R: E' quell'industria che ha ben compreso il mondo della distribuzione e si è calata nella sua realtà. Distribuisce attraverso il rivenditore considerandolo non solo un cliente, ma quella struttura che la rappresenta sul territorio e che contribuisce a diffondere la cultura del prodotto.

D: Quali servizi ci si aspetta dal produttore?

R: Il produttore può fare molto. Può "acculturare" il rivenditore organizzando istruzioni sui prodotti. Il produttore deve inoltre dare di sé un'immagine costante come serietà e affidabilità, non creare prodotti in sovrapposizione l'uno con l'altro e aiutare il rivenditore nella comunicazione a 360°: dall'artigiano all'impresa di costruzioni, dal prescrittore al privato. Cercare insomma di capire con lui quali siano le migliori strategie da seguire.

D: Che ruolo ha oggi il prodotto? E cosa significa qualità per il rivenditore di prodotti edili?

R: Io ritengo che stiamo affrontando un momento storico dove il prodotto conta più per i problemi che risolve che non per il suo

costo. Non dico certamente una novità se affermo che il settore della rivendita dei materiali edili è stato per anni definito come quello che badava solo al prezzo e non alla qualità. Ma anche grazie alle nostre strutture associative, ai convegni da noi fatti in tanti anni e all'impegno che molti di noi hanno profuso per trasmettere una maggiore cultura del prodotto, siamo riusciti a modificare, anche se solo parzialmente, questo stato di cose.

D: Come si immagina la figura del rivenditore moderno?

R: Nel nostro paese, è ancora troppo forte il personalismo. Molte volte va bene, ma in molte altre può essere utile unire le proprie forze con altri e percorrere insieme la strada. Per questo ritengo che per una nuova figura di rivenditore bisogna lavorare in modo meno individualistico. La Federcomated e le Ascomed italiane sono impegnate a trasmettere i messaggi necessari.

Un ottimo lavoro è stato fatto in questi anni anche da Sercomated, società di servizi (sulla quale è previsto un articolo nel prossimo numero di Realtà Mapei) collegata alla nostra federazione che, con la collaborazione di industrie leader del settore, ha contribuito a diffondere una maggior cultura in tutta la categoria dei rivenditori edili.

A PROPOSITO DI PIASTRELLE... A PROPOSITO DI INIZIATIVE FEDERCOMATED

"A proposito di piastrelle" è il titolo di una interessante guida all'acquisto, destinazione d'uso e manutenzione delle piastrelle di ceramica per pavimenti e rivestimenti, voluta da Assopiastrelle, Angaisa, Federcomated. Una iniziativa presentata ufficialmente al Cersaie '94 con l'obiettivo di dotare tutti i punti vendita di piastrelle di ceramica di uno strumento che sia guida ad ogni richiesta; che consenta una informazione, espressa con un linguaggio semplice e in forma sintetica, sulle caratteristiche tecniche e sulle modalità d'impiego del materiale. Il testo è stato redatto dal Centro Ceramico Bologna, consorzio universitario per la gestione del centro di ricerca e sperimentazione per l'industria ceramica.



MAPEI GB: PRIMAVERA ESPLOSIVA

di Alessandro Brambilla

Per un corridore di scuola belga come Johan Museeuw vincere il Giro delle Fiandre è il massimo. Nella classica dei muri e del pavé Museeuw ha compiuto un capolavoro di potenza e lucidità tattica. Johan ha spiccato il volo sul tratto più ripido (pendenza al 20%) del muro di Grammont, diventando imprevedibile per corridori del calibro di Baldato, Tchimil e Chiappucci, i più ostinati nell'inseguimento. Museeuw aveva vinto il Fiandre anche nel '93. L'anno scorso si era dovuto arrendere per due centimetri, battuto da Bugno. Nel Fiandre del 2 aprile, valido come seconda prova della Coppa del Mondo '95, tutta la MAPEI GB è stata grande. Andrea Tafi, con una fuga di 140 chilometri si è dimostrato un lottatore senza pari. E' scappato, sulla "Cote de Trieu" e l'hanno preso dopo il "Taaenberg". Lo scudiero belga Leysen, Bortolami (quinto al traguardo), Ballerini (decimo) hanno recitato da primattori. La primavera esplosiva della MAPEI GB è proseguita alla Parigi-Roubaix. Ha finalmente vinto nell'inferno degli inferni, quello delle pietre più infami, Franco Ballerini. E' giunto solo, al traguardo, nel velodromo di Roubaix. E pensare che 4 giorni prima, alla Gand-Wevelgem, Ballerini era caduto, sublussandosi una clavicola. Alla vigilia, mentre i colleghi collaudavano in bici i tratti più infidi, lui era in albergo, ancora con la borsa del ghiaccio sulla spalla. Nessuna prova generale per il "Ballero". Sembrava ci fosse lo zampino di una delle streghe che avevano impedito a Franco, negli anni scorsi, di diventare un vero mister Parigi-Roubaix. Franco ha cacciato le streghe utilizzando nel finale di gara (spettacolare il cambio di bici dopo i tratti più sconnessi) una Colnago C 40 che sembrava una bacchetta magica. Tchimil è finito alla piazza d'onore. La supremazia del team multinazionale MAPEI GB è stata netta. Museeuw, terzo classificato, e Bortolami, decimo, si sono adeguati alle esigenze tattiche. "Paris-Mapei-Roubaix",



ha titolato un quotidiano belga. "Maestro Ballerini" compariva a nove colonne sull'inserto settimanale dell'Equipe, il maggior quotidiano sportivo francese. Altre vittorie hanno impreziosito la primavera MAPEI GB. Bart Leysen si è imposto nel Gran Premio di Harelbeke. Federico Colonna, velocista fiorentino al secondo anno tra i prof, ha vinto una tappa alla Quattro giorni di Dunkerque. Museeuw a Dunkerque si è aggiudicato una tappa e la classifica finale. L'iberico Fernando Escartin Coti ha vinto una tappa al Giro di Aragona. Il giovane spagnolo della MAPEI GB ha poi trionfato in una tappa e nella graduatoria

Nella foto in alto la grinta di Johan Museeuw al giro delle Fiandre che gli ha consentito di riportare una bellissima vittoria nella classica dei muri e del pavé, seguita ad una settimana di distanza da quella di Franco Ballerini alla Parigi-Roubaix, qui ritratto insieme a Giorgio Squinzi durante l'intervista a caldo dopo la corsa





Alcuni momenti della terribile Parigi-Roubaix:

Franco Ballerini bacia il trofeo di pavé conquistato giungendo solo al traguardo nel velodromo di Roubaix, nonostante la lussazione della clavicola riportata una settimana prima a causa di una caduta alla Gand-Wevelgem. Oltre al vincitore si sono distinti nel corso della gara altri corridori della MAPEI GB come Andrea Tafi (nella foto in alto) che giù nel Giro di Fiandre aveva condotto una coraggiosa fuga di 140 chilometri e Gianluca Bortolami (nella foto a fianco) che nonostante alcuni problemi meccanici si è piazzato al decimo posto della classifica finale



finale al Giro delle Valli Minerarie. Il primo acuto vincente del '95 Bortolami l'ha lanciato negli Stati Uniti. E' stato il più veloce nel prologo del Dupont Tour, poi è caduto mentre era in fuga da solo su una macchia d'olio riportando numerose escoriazioni e la frattura di una costola. Toni Rominger, primatista dell'ora, si è avvicinato al Giro d'Italia a suon di vittorie. Sono state ben sei, tra le quali una tappa al Giro dei Paesi Baschi, una al Giro del Trentino dove ha sorpreso con un blitz i velocisti, due (compresa la crono) e la classifica finale del Giro di Svizzera Romanda. Tante vittorie, ben 27 prima di partire per il Giro d'Italia, hanno permesso al team di confermarsi al vertice della classifica mondiale a squadre: è proprio una grande squadra.

La premiazione di Franco Ballerini sul podio della Parigi-Roubaix e del suo compagno di squadra Johan Museeuw che ha conquistato il terzo posto mantenendo la sua posizione di leader nella classifica della Coppa del Mondo 1995.



ASPETTANDO



Sopra, Fernando Coti Escartin vittorioso al traguardo di una tappa della Vuelta di Aragona. A fianco, Federico Colonna, qui impegnato nella cronometro della Vuelta d'Aragona, il velocista fiorentino che ha vinto quest'anno una tappa alla 4 giorni di Dunkerque.

Sotto, Toni Rominger precede Marco Pantani sulle salite del Giro del Trentino, una delle vittorie che ha accumulato prima del Giro d'Italia concluso vittoriosamente. Il Giro d'Italia 1995 è stato "raccontato" nel supplemento allegato a questo numero di Realtà Mapei!



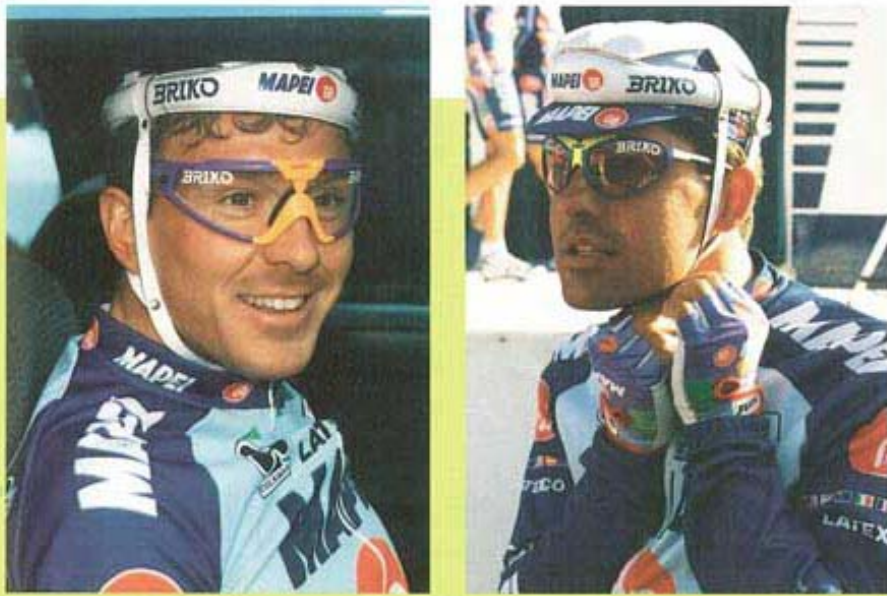
Il Tour de France è giunto all'edizione numero 82. La più grande corsa a tappe del mondo è l'obiettivo principale della stagione estiva del team MAPEI GB. E Toni Rominger, primatista dell'ora, vincitore di tre Giri di Spagna consecutivi, al Tour de France sta pensando fin dall'inverno. La potenza sul passo e in salita pone l'elvetico ai vertici dei pronostici, unitamente a Indurain. Nel 1993 Rominger giunse secondo e fu l'unico a saper battere in una lunga cronometro il navarro Miguel Indurain. Quell'anno Toni vinse la classifica degli scalatori, quella della maglia a pois. Quest'anno Rominger vuol essere il terzo svizzero a trionfare nel Tour, dopo Koblet ('50) e Kubler ('51). Il romanzo del Tour de France è iniziato con la vittoria di Maurice Garin nel 1903. La maglia gialla come simbolo del primato è stata istituita nel 1919. Gianluca Bortolami, punta della MAPEI GB per le corse in linea, al Tour de France '94 ha vinto la bellissima tappa da Cherbourg a Rennes. Per due soli secondi Gianluca ha sfiorato la conquista della maglia gialla. Bortolami, che ha saltato il Giro d'Italia, darà nuovamente la caccia a qualche successo parziale e al primato in classifica; qualche giorno in giallo se lo potrebbe permettere. Bortolami e Museeuw saranno preziosissimi per Rominger soprattutto per la cronosquadre da Mayenne ad Alençon (64 chilometri).



IL TOUR DE FRANCE 1995

Riflessioni e speranze prima della grande prova.

di Alessandro Brambilla



Sopra, alcuni corridori MAPEI GB che saranno protagonisti del prossimo Tour de France: Toni Rominger, vincitore del 78° Giro d'Italia, Johan Museeuw, leader di Coppa del Mondo, Gianluca Bortolami, vincitore della tappa Cherbourg-Rennes del Tour de France dello scorso anno

Lo staff ha deciso di inserire tra i titolari per il Tour de France Wilfried Peeters, Carlo Bomans e il passista scalatore Fernando Escartin, dominatore del Giro delle Valli Minerarie. In virtù della brillante condotta di gara alla corsa rosa, sono stati inclusi nell'elenco per il Tour Javier Mauleon, Arsenio Gonzalez e Andrea Tafi. Essendo infortunati sono impossibilitati a partecipare alla gara a tappe più prestigiosa Adriano Baffi e Abraham Olano. Quello che inizierà a Saint Brieuc sarà ancora una volta un Tour caratterizzato da numerosi trasferimenti. In gara dovranno coprire 3535 km. Altrettanti verranno percorsi nei

MAPEI GB al Tour de France:

1. Toni Rominger
2. Johan Museeuw
3. Gianluca Bortolami
4. Andrea Tafi
5. Fernando Escartin
6. Arsenio Gonzalez
7. Javier Mauleon
8. Carlo Bomans
9. Wilfried Peeters

Direttori: Juan Fernandez,
Patrick Lefevere, Jesus Suarez Cueva

trasferimenti in auto, treno o aereo. Alcune sedi di tappa sono "piazze amiche" della MAPEI GB. Dunkerque, ad esempio. Nella località dello sbarco in Normandia Museeuw quest'anno ha festeggiato il successo nella "4 giorni". Il prologo, la cronosquadre e le due cronosquadre (per complessivi 171,400 chilometri) avranno un'importanza fondamentale nella lotta per la maglia gialla. Una di queste, al Lago di Vassivière, al penultimo giorno di gara, è la stessa che fu teatro della spaventosa sfida tra Lemond e Chiappucci nel finale del Tour '90. Negli ultimi anni solo nell'83 il Tour è rimasto rigorosamente nei confini francesi. Assisteremo al tradizionale sconfinamento in Belgio. Per questo motivo Johan Museeuw cercherà di entrare nel nucleo di titolari. Il belga ha indossato la maglia gialla per due giorni nel '93 e 3 nel '94. Raggiungere Liegi in giallo porterebbe Museeuw al top della felicità. Dal punto di vista altimetrico la Grande Boucle diventa impegnativa dalla nona tappa, la Le Grand-Bornard - La Plagne, con due colli e la conclusione in salita. La Plagne è diventata famosa nella storia del ciclismo grazie ad un irlandese, Stephen Roche, che nell'87 riuscì a salvare il primato in classifica pur svenendo dopo il traguardo. Chi ama la leggenda del ciclismo attende con trepidazione la decima tappa, da Aime La Plagne all'Alpe d'Huez. Quello dell'Alpe è il traguardo in salita più ambito dagli scalatori. Prima di raggiungerlo i corridori dovranno sorbirsi Madeleine e Croix de Fer. Incute meno timore l'arrivo della dodicesima tappa sull'erta di Mende (è la località che ha ospitato i Giochi del Mediterraneo 93). Ci saranno diversi colli da affrontare ed arrivi in quota nella quattordicesima tappa, da Saint Orens a Guzete Neige, e nella quindicesima (Saint Girons-Cauterets). Sono tappe pirenaiche come la sedicesima, da Tarbes a Pau, con il mitico Aubisque e altri due colli.



A BORTOLAMI IL PREMIO AZZURRI D'ITALIA

Gianluca Bortolami ha ricevuto da Fiorenzo Magni il Premio Azzurri d'Italia sezione Milano.

La cerimonia di consegna, onorata dalla partecipazione di numerose autorità, si è svolta alla sala Appiani dell'Arena di Milano lo scorso 14 aprile. Alla premiazione Bortolami era accompagnato da patron Giorgio Squinzi, dal costruttore Ernesto Colnago e dai campioni Giuseppe Saronni e Gianni Motta, che hanno fatto da padrini.

AUGURI A LAURA, DIANA E FRANCESCA

Laura Chiesa, lettrice di "Realtà Mapei" e sostenitrice del team MAPEI GB, in luglio, a L'Aja, in Olanda, cercherà di laurearsi per il secondo anno consecutivo campionessa del Mondo di spada. Ad Atene, nel '94, la spadista torinese ha vinto la finale con la tedesca Katja Nass. Ai mondiali di L'Aja parteciperanno pure Diana Bianchedi e Francesca Bortolozzi, campionesse olimpiche di fioretto a Barcellona '92. Anche Diana e Francesca hanno nel proprio guardaroba la maglia del team MAPEI GB. A Laura, Diana, Francesca e tutta la Nazionale impegnata a L'Aja i migliori auguri dallo staff di Realtà Mapei e MAPEI GB.

**DI PIETRO PORTAFORTUNA DI MUSEEUW**

In occasione della festa dei Carabinieri in congedo svoltasi al ristorante "Collina", ad Almenno San Salvatore, nel Bergamasco, il giudice Antonio Di Pietro, uomo simbolo di "mani pulite", ha ricevuto dal nostro giornalista Alessandro Brambilla, presentatore della serata, la maglia del team MAPEI GB. Di Pietro ha formulato i migliori auguri alla squadra. Diciotto ore dopo, il belga Johan Museeuw, punta della MAPEI GB nelle corse in linea, ha vinto il Giro delle Fiandre. Di Pietro porta fortuna.

**BERGOMI "CAPITANO" DEL TEAM MAPEI GB**

Reduce dal vittorioso match col Milan, Giuseppe Bergomi, capitano dell'Inter, ha fatto visita alla sede di Milano della Mapei, noto "covo" di milanisti e inventini. Il difensore interista ha ricevuto dal dottor Squinzi e dal nostro direttore, la dottoressa Spazzoli, la maglia del team MAPEI GB e quella da vincitore della Coppa del Mondo di Gianluca Bortolami. Bergomi, che è un super appassionato di ciclismo, ha augurato alla MAPEI GB di battere il record delle 58

vittorie stagionali stabilito nel 1994. In carriera Giuseppe ha vinto il mondiale '82 con la Nazionale e, con l'Inter, uno scudetto, due Coppe Uefa, una Coppa di Lega, una Coppa Italia, un Mundialito. Bergomi vanta 77 presenze nella Nazionale, con tre partecipazioni al mondiale.



CURIOSITÀ

**JO SQUILLO, SABRINA SALERNO,
UMBERTO BOSSI, DAVIDE
PESSINA, FRANCESCO SPERONI: "FORZA
MAPEI GB!"**

Numerosi personaggi dello sport, della politica, della musica e dello spettacolo hanno manifestato la loro simpatia per il team MAPEI GB. Alcuni di essi hanno ricevuto la maglia della squadra. Jo Squillo e Sabrina Salerno hanno partecipato con Andrea Chiurato (MAPEI GB) all'inaugurazione della Mabo Service di Chiuduno (Bergamo) condotta da Alessandr Brambilla. Il senatore Speroni l'ha voluta indossare alla presentazione della gara internazionale di Carnago (Varese). Umberto Bossi l'ha avuta dallo staff dell'Hotel Adriano di Palazzago (Bergamo). Davide Pessina, alfiere della Stefanel, azzurro del basket, in bici indossa la maglia di Bortolami e company.



PROGRAMMA CORSE MAPEI-GB 1995 da luglio a settembre

LUGLIO	01.07 • 23.07	● TOUR DE FRANCE Hofbrau Cup Vilafranca de Ordizia Saragoza Crit. d'Abruzzo (ex Cronostaffetta) Gran Premio di Santander Circ. Guecho G. Bretagna	FRANCIA Germania Spagna Spagna Italia Spagna Spagna Gran Bretagna
	19.07 • 23.07		
	25.07		
	27.07		
	29.07		
	29.07		
	31.07		
31.07 • 04.08			
AGOSTO	06.08	★ LEEDS INTERNATIONAL CLASSIC Gran Premio di Camaiore	GRAN BRETAGNA Italia
	09.08		
	12.08	★ SAN SEBASTIAN - SAN SEBASTIAN Subida a Urkiola	SPAGNA Spagna Spagna
	13.08		
	14.08 • 18.08	Vuelta Galicia	Spagna Italia
	15.08		
	16.08	Coppa Bernocchi	Italia Italia
	18.08		
	19.01	Coppa Agostoni	Italia Spagna
	20.08		
	22.08 • 26.08	★ CAMPIONATO DI ZURIGO Vuelta Burgos	SVIZZERA Spagna
	22.08 • 26.08		
	23.08	Giro di Olanda	Olanda Francia
	26.08		
	27.08	Course Raisin	R.Ce Italia
27.08			
27.08	Camp. Europeo	Francia Belgio	
27.08			
29.08 • 31.08	Trofeo Melinda	Italia	
	Gran Premio Ouest Fran	Francia	
	Gran Premio Merckx	Belgio	
	Trittico Veneto	Italia	
SETTEMBRE	02.09	● VUELTA ESPANA Giro del Veneto Nandellys Esc. Louvain Scherens Milano Vignola Giro di Romagna Gran Premio Fourmies Paris - Bruxelles Giro del Lazio Gran Premio Impanis Gran Premio Telekom Coppa Sabatini Giro di Emilia Gran Premio delle Nazioni Coppa Placci Vogeli Mem.	ITALIA SPAGNA Belgio Belgio Italia Italia Francia Francia Italia Belgio Germania Italia Italia Francia Italia Svizzera
	02.09 • 23.09		
	02.09		
	03.09		
	09.09		
	10.09		
	10.09		
	14.09		
	16.09		
	16.09		
	17.09		
	21.09		
	23.09		
	23.09		
	24.09		
	24.09		

I LIMITI DELLA POSA "TRADIZIONALE"

Ai sistemi "tradizionali" di posa (sabbia e cemento) si preferiscono quelli "adesivi". Vediamo quando e perché.

di Paolo Alberti

Da qualche anno, nel settore delle pavimentazioni ceramiche, è in atto un vero e proprio cambiamento che vede coinvolti i due sistemi di posa: il "tradizionale", che si avvale di sabbia e cemento, e quello a malta sottile meglio conosciuto come "adesivo".

Malta o adesivo?

I fattori che hanno indotto i responsabili della posa a passare dal metodo "tradizionale" a quello con adesivo sono molteplici, ma sono soprattutto legati a sostanziali trasformazioni del mercato. Le dimensioni sempre maggiori delle piastrelle, unitamente al minore assorbimento d'acqua di prodotti come il grès porcellanato, hanno posto limiti al "tradizionale". Infatti, a causa della non perfetta planarità del rovescio delle piastrelle e nei grandi formati, la boiaccia cementizia, utilizzata in tale tecnica di posa non bagna adeguatamente il supporto compromettendo la buona adesione della piastrella. Inoltre durante le operazioni di battitura della pavimentazione, a ridosso del rovescio della piastrella può affiorare, richiamata, l'acqua utilizzata sia nel confezionamento della boiaccia, che per la bagnatura della piastrella stessa pregiudicando l'adesione finale. Questo inconveniente è tanto più accentuato quanto più la piastrella è non assorbente. Con tali oggettive difficoltà, è stato opportuno giungere a sistemi più sicuri. E ciò accade proprio con l'utilizzo del sistema a colla. Anche se l'uso del collante può richiedere impegno, è ovvio che la garanzia sul risultato finale del lavoro fa la differenza. La posa a colla, diversamente dalla posa a malta, necessita di un supporto (massetto) consistente, compatto e soprattutto ben stagionato, per evitare ritiri indesiderati a pavimento posizionato.

Massetto o calcestruzzo?

Posare su massetto oltre che auspicabile è consigliato, sia per desolidarizzare la pavimentazione dalla struttura, sia per ripartire la superficie in campi di ridotte dimensioni. Ciò non impedisce, comunque, che possa essere eseguita la posa su superfici diverse realizzate con getto di calcestruzzo. Che tra massetto e calcestruzzo esista una differenza sostanziale, non ci sono dubbi. Infatti, mentre per l'esecuzione di un massetto, in genere di basso spessore, si



Gradone in calcestruzzo dove sulla parte piana è evidente la presenza di lattime di cemento che si forma per essudazione superficiale dell'acqua d'impasto dovuta ad un suo eccesso

utilizzano aggregati più piccoli ed un impasto di consistenza semi-asciutta (del tipo S1), un getto di calcestruzzo (sia esso una soletta o un qualsiasi elemento strutturale) per le sue dimensioni e per le

armature incluse e quindi per le maggiori difficoltà di costipazione, induce l'uso di impasti molto fluidi (slump S3 o anche S4) che quando sono realizzati con un surdosaggio di acqua, provocano oltre ad una riduzione delle resistenze meccaniche, notevoli ritiri e fessurazioni, con la segregazione dei loro componenti.

Purtroppo, l'affioramento delle parti più fini e dell'acqua in eccesso provoca la formazione superficiale di lattime di cemento la cui consistenza, se da un lato non ne permette una facile rimozione, rimane tuttavia insufficiente a garantire una buona aderenza di quanto gli verrà sovrapposto. Procedere alla stesura dell'adesivo su tale lattime è tassativamente sconsigliato. D'altro canto, superare questo stato di cose risulta abbastanza semplice: basta infatti additivare il getto con additivi superfluidificanti che, riducendo il quantitativo dell'acqua di impasto, mantengono tuttavia la fluidità necessaria per eseguire facilmente il getto ed evitano gli essudamenti superficiali d'acqua.

Il secondo aspetto della questione, legato alla posa su getti in calcestruzzo, riguarda la risoluzione tecnica da adottare nei giunti di frazionamento.

In questo caso ci si dovrà avvalere di un'azione meccanica piuttosto che chimica. Infatti i giunti devono essere interessati dall'interposizione di barrotti metallici all'interno del getto in prossimità dei giunti stessi. Tali barrotti devono essere collocati gli uni all'interno degli altri con uno scorrimento a "cilindro", per permettere di mantenere due getti paralleli posti su di un piano orizzontale.

Detto questo, risulta abbastanza evidente il perché dello spostamento da un sistema di posa ad un altro; sempre più è sentita l'esigenza di operare all'interno dei cantieri con risoluzioni tecniche idonee. Prive cioè di quella improvvisazione che per molto tempo ha imperversato e che è stata foriera di contestazioni dal costo non proprio trascurabile.

PROFESSIONISTI A CONVEGNO

Cause del degrado del cls: prevenzione, diagnosi, prodotti e metodi di intervento sono i temi trattati.

Organizzati da Mapei, con la collaborazione degli ordini professionali degli ingegneri, degli architetti e dei geometri di varie provincie italiane, si sono svolti come di consueto gli incontri di aggiornamento in programma per il primo quadrimestre 1995. Il tema degli incontri riguarda le cause di degrado delle opere in cemento armato (dal balcone di un condominio alla soletta di un ponte autostradale, dal solaio di una casa ad uno scalo marittimo) e le prevenzioni da adottare in accordo alle recenti normative di legge ispirate alle direttive dell'Unione Europea.

Successivamente vengono illustrate le tecniche di diagnosi del degrado e gli interventi di ripristino, impiegando metodi e materiali specifici sviluppati dalla più moderna ed avanzata ricerca tecnologica e scientifica nazionale.

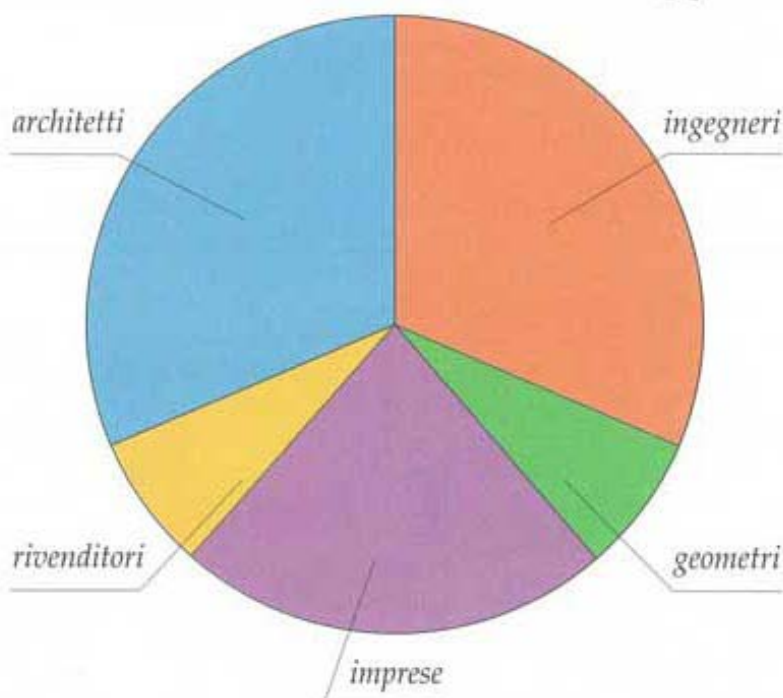
Infine particolare attenzione è riservata alle cause di degrado degli edifici storici, il cui recupero coinvolge conoscenze e tecniche ben più sofisticate in relazione anche alla diversità e ricchezza di tipologie presenti nel nostro Paese.

Relatori degli incontri: il Prof. Mario Collepari dell'Università di Ancona, l'Ing. Luigi Coppola direttore tecnico della Enco, Engineering Consultant di Spresiano (Treviso), l'Ing. Sergio Mammi presidente dell'Anit e il Geom. Ernesto Erali responsabile tecnico commerciale del settore additivi Mapei.

Questo tipo di incontri riscuote grande adesione sul territorio.

Questo successo di pubblico certamente contribuisce a creare un filo diretto tra Mapei e gli operatori diffusi in tutta Italia.

E' importante infatti che i professionisti conoscano i prodotti che risolvono problemi specifici, ma è altrettanto importante portare a loro conoscenza la possibilità del tutto gratuita di ottenere un servizio completo di assistenza tecnica sui progetti e di diagnostica del degrado.



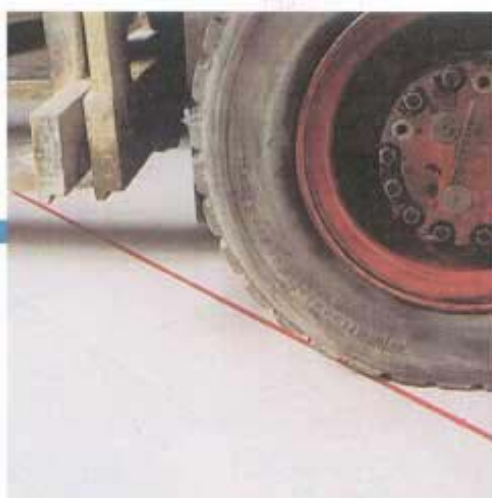
Sopra: schema della composizione dei partecipanti ai convegni Mapei secondo la loro qualifica professionale. Si nota la consistente partecipazione di professionisti, architetti e ingegneri

Data	Incontri sulla progettazione del cls durevole	Incontri sul recupero del degrado	Partecipanti
16-1	Lecce		185
17-1		Bari	420
25-1	Pescara		141
07-2		Catania	480
08-2		Agrigento	170
09-2		Palermo	520
15-2		Salerno	240
16-2		Napoli	350
10-3		Torino	180
06-4		Genova	80
27-4		Roma	150
Totale partecipanti primo quadrimestre 1995			2916

MAPEFLEX PU21

Per realizzare giunti elastici ad alta resistenza un sigillante eccellente e di facile applicazione.

Superfici estese di pavimentazioni sono soggette a movimenti differenziali a causa delle dilatazioni termiche, del ritiro igrometrico del substrato cementizio, dei cedimenti per effetti di assestamenti strutturali e a deformazioni per effetto di carichi applicati. Pertanto regola fondamentale, ma spesso disattesa, è la creazione di giunti che hanno la funzione di assorbire i movimenti senza che essi arrechino alcun danno alla pavimentazione. Tali elementi, normalmente posizionati a un interasse di 4-5 metri a seconda della geometria della pavimentazione, debbono essere dimensionati sia in relazione ai movimenti previsti per il supporto, sia in relazione all'allungamento massimo a cui il sigillante può essere sottoposto. Particolare attenzione deve essere posta nella scelta del sigillante anche in relazione al tipo di traffico a cui la pavimentazione deve essere sottoposta. Giunti di pavimentazioni industriali, sottoposti a traffico

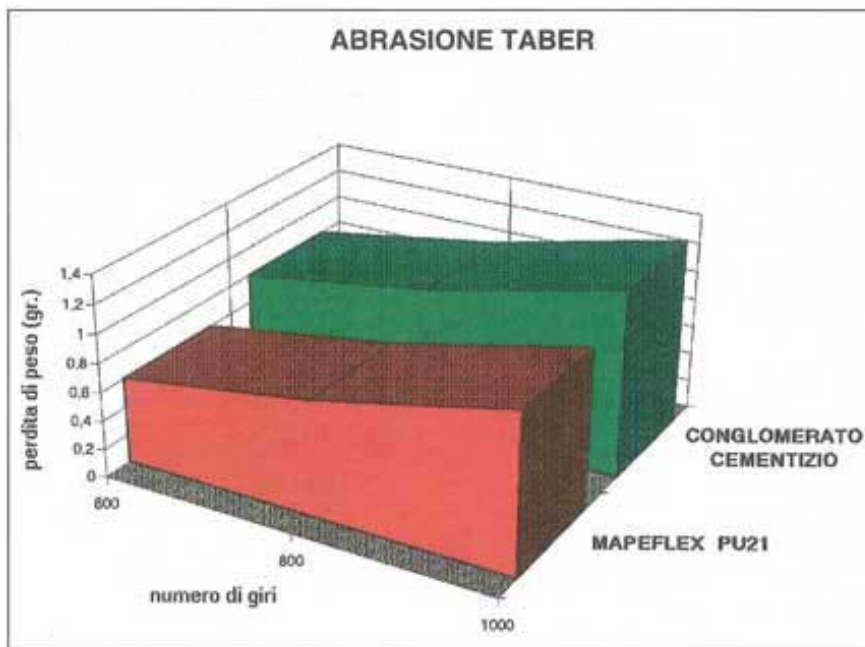


La scheda tecnica di MAPEFLEX PU21 è contenuta nel raccoglitore numero 1 "Prodotti per la posa della ceramica e delle pietre naturali" e numero 3 "Prodotti per l'edilizia"



intenso di carrelli elevatori, automezzi pesanti, ecc. richiedono l'utilizzo di sigillanti elastici ma con elevata resistenza all'usura. Per tali applicazioni proponiamo l'utilizzo di MAPEFLEX PU21, sigillante poliuretano bicomponente autolivellante. Grazie all'elevata resistenza all'usura, tale prodotto è indicato per la sigillatura di giunti elastici o di frazionamento di pavimentazioni industriali in ceramica o in calcestruzzo. La sua elasticità consente un movimento massimo del giunto del 10% della sua larghezza iniziale senza subire alcuna deformazione residua. Per sfruttare al massimo l'elasticità, MAPEFLEX PU21 deve essere applicato in modo che il suo spessore risulti compreso tra la metà

e la larghezza totale del giunto. Pertanto per regolare la suddetta dimensione, prima di procedere alla posa in opera di MAPEFLEX PU21 deve essere posizionata sul fondo del giunto una guarnizione comprimibile di MAPEFOAM (cordone in polietene espanso a cellule chiuse) di diametro opportuno. Tale operazione ha lo scopo di far aderire il sigillante esclusivamente alle pareti laterali del giunto e non al fondo consentendone il libero movimento. Prima di procedere alla colatura di MAPEFLEX PU21, è necessario eseguire un'approfondita pulizia delle pareti del giunto ed accertarsi che siano asciutte, al fine di consentire una perfetta adesione. Particolare cura deve essere posta nella miscelazione dei due componenti di cui MAPEFLEX PU21 è composto; errori di dosaggio portano ad un non corretto indurimento del materiale con conseguente scadimento delle sue prestazioni finali. L'applicazione viene eseguita semplicemente per colaggio di MAPEFLEX PU21 all'interno dei giunti. Tale sigillante permette il transito dopo 24-36 ore dalla sua applicazione (a seconda della temperatura dell'ambiente) e l'apertura al traffico pesante dopo 3 giorni. Infine, MAPEFLEX PU21 può essere utilizzato per la sigillatura dei giunti dei teli o quadrotte di gomma e pvc.



La figura mostra la resistenza all'abrasione di MAPEFLEX PU21 in confronto a quella di un conglomerato cementizio dopo un periodo di stagionatura di 28 giorni, alla temperatura di +23°C ed umidità relativa del 50%. Tale prova viene eseguita con abrasimetro Taber, sottoponendo i provini esaminati all'azione di usura di particolari mole abrasive e misurando la perdita di peso dopo un numero di giri prefissato. È possibile notare come la resistenza all'usura di MAPEFLEX PU21 sia superiore a quella del conglomerato cementizio

fonte: laboratori di ricerca Mapei

RECENSIONI

RIPRISTINO IN SOTTERRANEO

Il Nuovo Cantiere, numero di aprile '95, pubblica un ampio servizio sul ripristino del canale di presa che dal torrente Masino alimenta l'omonimo impianto, mettendo in rilievo l'importanza di una perfetta organizzazione del cantiere e l'impiego di mano d'opera e di attrezzature specializzate. Nel capitolo dedicato specificatamente al

ripristino si fa ampio riferimento all'utilizzo di MAPEGROUT TISSOTROPICO (malta a ritiro controllato fibrorinforzata) e a MAPEFLUID PZ500 (additivo superfluidificante a reazione pozzolanica). Nel testo si mette in evidenza come si è conseguito un considerevole risparmio di tempo nei lavori proprio grazie all'utilizzo adeguato di questi prodotti. (Ed: Tecniche Nuove tel.02/7570283)



A PROVA D'ACQUA

Sul numero di febbraio-marzo di ME Materiali Edili, si affronta il tema dell'impermeabilizzazione. Tra i prodotti che rappresentano la moderna soluzione all'impermeabilizzazione come membrane sintetiche, membrane liquide, membrane bitume-polimero nei diversi campi di applicazione, si segnala MAPELASTIC. Si tratta di una malta bicomponente a base di cementi e inerti selezionati a grana fine, additivi speciali e polimeri sintetici in dispersione acquosa, secondo una formula sviluppata nei laboratori Mapei. (Ed: Alberto Greco tel.02/4819086)



MAPEI GB: UNA "MULTINAZIONALE" PER IL CICLISMO

Questo il titolo di un ampio articolo apparso su Rifiniture d'interni, numero 2 del marzo 1995. Due aziende leader dei rispettivi settori sui mercati internazionali; due nomi legati alla produzione, MAPEI, e alla distribuzione, GB, uniti da una passione comune e dalla volontà di valorizzare la propria attività, promuovendo al tempo stesso il ciclismo. La MAPEI GB (composta da 28 corridori e venticinque tra manager, allenatori e massaggiatori) è dunque pronta ad affrontare nuove sfide e nuovi successi. (Ed: Edinterni - tel.02/66988188)



Anche su Tile Italia, numero di gennaio- febbraio 1995, in primo piano MAPEI GB: grande risalto viene dato alle figure di spicco della squadra, che per i Paesi di origine dei suoi componenti, i suoi sponsor, i suoi programmi, può essere definita "multinazionale".

Italia, Spagna, Svizzera e Belgio, quattro nazioni con un comune denominatore: valorizzare l'immagine dei prodotti Mapei, GB e degli altri sponsor, promuovendo il ciclismo. Nella rubrica "Speciale posa" dello stesso numero, Tile Italia in un'intervista rivolta ai produttori analizza la crescita del settore attraverso le loro risposte. Apre il servizio l'intervista a Giorgio Squinzi, Amministratore Unico Mapei, che commenta positivamente l'incremento del fatturato per le



aziende italiane nel complesso e anticipa per il '95 "un'ulteriore e consistente progressione delle vendite sia in quantità che in valore di tutte le linee dei prodotti del Gruppo Mapei". Inoltre, nella rubrica dedicata ai prodotti, in primo piano i "Sistemi rapidi" di Mapei. (Ed: Tile - tel.0536/807121)

COMUNICAZIONE TRIDIMENSIONALE

Sculture come "ipotesi della realtà" percepite da un artista che ha scelto KERAFLOR e ISOLASTIC per la materia.

Giovanni Nicolli è un affermato scultore che ha alle spalle una lunga esperienza artistica. Opera a Bondeno, in provincia di Ferrara, e conosce Mapei da ormai molti anni. Come è nato quest'incontro un po' inconsueto tra il mondo dei prodotti Mapei e il mondo artistico di questo originale scultore?

"Quando ho cominciato questo tipo di produzione artistica, cercavo un materiale che non desse i problemi del cemento tradizionale - spiega Nicolli - le mie sculture devono essere realizzate con un materiale fluido e malleabile durante la fase della lavorazione. Questo materiale deve inoltre garantire una buona resistenza agli agenti atmosferici, perché spesso queste opere vengono proprio collocate all'esterno e pertanto sottoposte agli effetti dell'acqua, del gelo e dell'inquinamento atmosferico. Alla base di ogni attività artistica c'è un'incessante ricerca e pertanto proprio "cercando" ho avuto modo di trovare quello che mi avrebbe consentito di realizzare le forme che nascono dalla mia immaginazione.

Quando mi sono accorto che il cemento si crepava facilmente ho chiesto ad un rivenditore di materiali edili di zona quale prodotto mi avrebbe permesso di ottenere gli obiettivi che mi ero prefisso; mi ha molto aiutato anche un piastrellista che conoscevo da qualche anno e che mi ha indicato KERAFLOR, prodotto che è diventato base per l'impasto da me utilizzato per molte sculture".

Grazie alla grossa granulometria delle sabbie silicee e degli speciali additivi in esso contenuti, KERAFLOR (adesivo in polvere per pavimenti ceramici) può infatti essere lavorato anche in verticale, indurendo poi senza subire ritiri o cali di spessore. Questo aspetto è ovviamente molto importante nel lavoro dello scultore che deve mantenere un totale



controllo degli spessori e delle forme per ottenere l'equilibrio nel risultato finale. Ma Nicolli non usa solo KERAFLOR.

Continua Nicolli:

"Successivamente ho sentito la necessità di miscelare KERAFLOR con ISOLASTIC (lattice elastico da miscelare con KERAFLOR che rende gli impasti elastici ed impermeabili). Infatti queste sculture devono subire anche degli spostamenti per essere collocate o esposte in diversi spazi espositivi". È preoccupazione di Giovanni Nicolli che le sue sculture abbiano la massima tenuta e resistenza proprio come un qualsiasi manufatto edile.

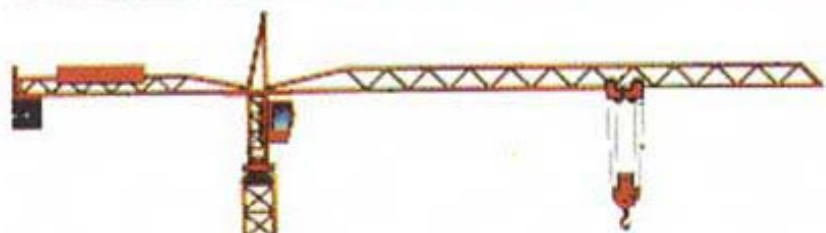
I prodotti Mapei usati da Giovanni Nicolli, cioè KERAFLOR e ISOLASTIC, abitualmente vengono usati in edilizia per la posa di ceramica. Prosegue Nicolli:

"A seconda dei casi, KERAFLOR più ISOLASTIC vengono da me usati anche supportati da reti metalliche e strutture in ferro che costituiscono una speciale "ossatura" per queste installazioni-sculture spesso di notevoli dimensioni. Quando desidero ottenere degli effetti un po' speciali, una maggiore ruvidezza per le superfici, una colorazione o ancora prestazioni particolari dettate dal luogo dove saranno collocate le sculture, mi rivolgo volentieri agli esperti rivenditori dei prodotti Mapei o al piastrellista di fiducia che ormai conosce le mie esigenze di cliente Mapei un po' speciale e mi sa consigliare anche sulle novità".

Prossimamente Nicolli sarà impegnato nella realizzazione di un'opera per la piazza del suo paese, per l'installazione di un'altra scultura già prevista a Monza e in una prossima mostra che si terrà quest'autunno alla Galleria La Meridiana di Agrate Brianza.

Bologna 18-22 ottobre 1995

nuove tecnologie
in 
cantiere



Salone Internazionale dell'Industrializzazione Edilizia
International Building Exhibition

ROMINGER E MAPEI DOMINANO IL GIRO



IMPERMEABILIZZANTI
E PROTETTIVI



ADESIVI PER PAVIMENTI
E RIVESTIMENTI
RESILIENTI
TESSILI E IN
LEGNO



SIGILLANTI E
RIEMPIATIVI
PER FUGHE

TAPPA dopo TAPPA

La squadra MAPEI-GB ha svolto una entusiasmante impresa portando il proprio leader Toni Rominger alla vittoria del 78° GIRO D'ITALIA.

CANTIERE dopo CANTIERE

I prodotti MAPEI dominano il mondo. In particolare la produzione si rivolge a questi specifici settori:



MALTE E PRODOTTI
SPECIALI PER IL
RECUPERO DELLE
STRUTTURE IN
CALCESTRUZZO



ADDITIVI
PER MALTE E
CALCESTRUZZI



ADESIVI PER PAVIMENTI
E RIVESTIMENTI IN CERAMICA
E PIETRE NATURALI



MALTE E LEGANTI
PER IL RECUPERO
DEGLI EDIFICI
STORICI IN
MURATURA



RESINE
ACETOVINILICHE
PER L'INDUSTRIA
ED IL CONSUMO

LEGANTI
IDRAULICI
SPECIALI



PRODOTTI
PER LA
PREPARAZIONE
DI TUTTI I
SUPPORTI
IN EDILIZIA



CERTIFICATO N. 256
Norma UNI EN ISO 9001

VINCONO CON MAPEI:



LATEXCO
sportful



BRIKO

SHIMANO ZENERVIT